RADIOS, PLURALISMO INFORMATIVO E INDÍGENAS

El caso de la ciudad de Arica, y su entorno de (trans)frontera

Abordando el pluralismo informativo regional y local indígena, se caracterizan acá las estrategias mediáticas folk en la ciudad de Arica y su entorno. Entendidas como las acciones tácticas que elaboran campos específicos de comunicación desde la (re)producción de la diferenciación sociocultural (trans)fronteriza, se van formulando alteridades en negociación desde matrices asociadas a los pueblos del "interior de Arica", a la migración interna y/o de la (trans)frontera andina. En tanto situaciones subalternas y en latentes procesos de etnicidad, correspondiente a la época de la etno-gubernamentalidad y de ciudadanías culturales globalizadas, desde este escenario se instalan clasificaciones, formas de contestación y conflictos de cambio/continuidad en la definición comunitaria. De esta forma, a partir de una perspectiva de etnografía comunicativa, se caracterizan los espacios radiales indígenas y sus agentes productores, así como su audiencia en la ciudad de Arica. Del mismo modo, se elaboran recomendaciones para el abordaje público de este fenómeno, orientado a la promoción de su visibilización, salvaguarda, comprensión e intervención pertinente, de acuerdo a que son activos fundamentales del ejercicio democrático contemporáneo.

DOI: 10.13140/RG.2.2.23338.11203
ISBN: 978-956-8649-05-0

UNIVERSIDAD DE TARAPACÁ

CIHDE
CENTRO de INVESTIGACIONES del HOMBRE en el DESIERTO

CONICYT
Ministerio de Educación
Gobierno de Chile

RADIOS, PLURALISMO INFORMATIVO E INDÍGENAS

Cristhian Cerna & Shirley Samit

RADIOS, PLURALISMO INFORMATIVO E INDÍGENAS

El caso de la ciudad de Arica, y su entorno de (trans) frontera

Cristhian Cerna
Shirley Samit

Centro de Investigaciones del Hombre en el Desierto
Universidad de Tarapacá - CONICYT

RADIOS, PLURALISMO INFORMATIVO E INDÍGENAS

El caso de Arica, y su entorno de (trans)frontera

Cristhian Cerna & Shirley Samit-Oroz

CIHDE
CENTRO de INVESTIGACIONES del HOMBRE en el DESIERTO
UNIVERSIDAD DE TARAPACA
CONICYT

Radios, pluralismo informativo e indígenas.
El caso de Arica, y su entorno de (trans)frontera

Iniciativa PLU160025
Fondo de estudios sobre el pluralismo en el sistema informativo nacional, convocatoria 2016
PROGRAMA DE INFORMACIÓN CIENTÍFICA, CONICYT

ISBN electrónico: 978-956-8649-05-0

DOI: 10.13140/RG.2.2.23338.11203

Autores:
© Cristhian Cerna, Shirley Samit-Oroz

Fotografías: Registro etnográfico, sector Azapa, PLU160025 CONICYT

Primera edición: diciembre 2017

Impresión
Krom Ediciones

Centro de Investigaciones del Hombre en el Desierto, CIHDE
Av. General Velásquez Nº 1775
E-mail: coordinacion@cihde.cl
www.cihde.cl

Arica, diciembre de 2017

Los contenidos de este informe pueden ser reproducidos en cualquier medio, citando la fuente. Impreso en Arica, Chile.

En el presente documento, siempre que es posible, se intenta usar un lenguaje no discriminador ni sexista. Conscientes que existe debate al respecto, consideramos sin embargo que las soluciones que hasta ahora se han intentado en nuestro idioma no son sistemáticas, y obstaculizan la lectura. Por lo tanto, en los casos en que sea pertinente, se usará el masculino genérico, que la gramática española entiende que representa a hombres y mujeres en igual medida.

El contenido de este documento es de exclusiva responsabilidad de los autores y no representa, necesariamente, la opinión de las instituciones involucradas en su producción.

(…) Las almas de sus muertos también descansan antes de emprender un nuevo estado, nadie sabe que hay más allá del extenso trecho que lo separan del calor de sus acogedoras majadas. El hombre de las montañas seguirá ignorando que su homogéneo al nivel del mar, ya creció, y que a los muertos de las ciudades ya no los dejan vivir, los olvidan. La convicción de Vicente Calle de continuar con las costumbres y tradiciones de sus ancestros, es su vida misma, su única forma de vida, y seguirá enraizado a sus sentimientos pensando en los que vendrán después de él (…)

Faúndez (1994: 32)

A MODO DE PRESENTACIÓN DEL ESTUDIO

Desde un enfoque etnográfico, el siguiente documento audiovisual releva la experiencia del proyecto PLU 160025 CONICYT, ejecutado el año 2017. Esta iniciativa tuvo como objetivo documentar la dimensión de diversidad sociocultural en las voces de radios FM de Arica y su entorno regional, considerando la experiencia de comunidades indígenas y sus cultores que, desde tal escenario, abordan la producción alternativa de actualidad(es) en frecuencia modulada. Con esta investigación, se derivó a orientaciones para el tratamiento del ámbito sociocultural y de pluralismo -en sus expresiones internas, externas y estructural- que sirviera de guía para el análisis crítico del impacto de instrumentos de fomento en este rigor desde los agentes públicos.

From an ethnographic point of view, the following audiovisual document reveals the experience of the PLU project 160025 CONICYT, executed at 2017. This initiative aimed to show the dimension of sociocultural diversity in the frontier voices of FM radios in Arica and its regional environment. Considering the experience of indigenous communities and their communicative agents, we see the alternative production of collective actuality in modulated frequency. With this empirical research, guidelines were derived for the treatment of sociocultural and pluralism -in its internal, external and structural expressions- that would serve as a guide for the critical analysis of the impact of promotion instruments in this rigour from public agents.

URL vídeo:
https://goo.gl/EqDtv8
Ver video síntesis de la experiencia de investigación PLU160025 CONICYT

Link descarga informe:
https://goo.gl/9rdcm4

AGRADECIMIENTOS

Esta investigación es producto de un conjunto de relaciones formuladas el año 2017. Agradecemos encarecidamente a los diferentes colaboradores que fueron sumándose a la descripción de la realidad en estudio. En este sentido, particularmente, debemos mencionar a personas en los roles de los directores de radios, locutores, y audiencia que nos permitieron documentar sus casos. En este rigor, es relevante para nosotros sostener la entrega de este documento, como una consolidación y cierre del proceso de investigación.

En términos generales, agradecemos al Programa de Información Científica y al Programa de Centros Regionales de la Comisión Nacional de Investigación Científica y Tecnológica de Chile (CONICYT), así como al Centro de Investigaciones del Hombre en el Desierto de la Universidad de Tarapacá. Respectivamente, por seleccionar esta propuesta, por financiar al equipo de investigación estable y por cobijar a esta investigación.

CONTENIDOS PÁGINA

1	RESUMEN EJECUTIVO Y PRINCIPALES CONCLUSIONES DEL ESTUDIO	7
2	INTRODUCCIÓN	13
3	LOCALIZACIÓN DEL CASO	15
4	OBJETIVOS DEL ESTUDIO	20
5	MARCO METODOLÓGICO	32
6	RESULTADOS. Pluralismo informativo estructural	47
7	RESULTADOS. Pluralismo informativo interno	73
8	PROPUESTA PARA LA PROMOCIÓN DEL PLURALISMO INFORMATIVO EN RADIOS Y PUEBLOS ORIGINARIOS	119
9	CONCLUSIONES	136
10	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	138
11	ANEXOS	142

1. RESUMEN EJECUTIVO

El objetivo de este informe es describir los resultados de la iniciativa código PLU160025 "*Pluralismo informativo, discursos indígenas y etnicidades contemporáneas. El caso de la ciudad de Arica*" adjudicada en la convocatoria 2016 del Fondo de Estudios sobre el Pluralismo en el sistema informativo nacional del Programa de Información Científica de CONICYT, así como proponer lineamientos que orienten la comprensión e intervención pública en materia de pluralismo informativo regional, en contexto de radios locales indígenas.

Este estudio planteó como objetivo comprender los espacios de producción de la agenda pública indígena en los medios radiales FM en la ciudad de Arica y su entorno, a través de la caracterización de sus estrategias comunicativas y de contenido, sus discursos socioculturales y las dimensiones de etnicidad. Esta materia, abordó un doble desafío. Por un lado, instalando una investigación básica que permita edificar una línea base, desde la rigurosidad científica social. Por otro lado, buscando que aquella transcienda a la esfera académica, y dialogue ciudadanamente para imputar recomendaciones que orienten la acción pública posible sobre pluralismo informativo interno, estructural y externo.

Para tales fines, la investigación se desarrolló en cuatro fases que abordaron el pluralismo informativo de tipo estructural e interno. La primera fase, tuvo que ver con la producción de información primaria y secundaria. Considerando un muestreo estructural representativo, a través de entrevistas semi-directivas y en profundidad a 61 actores del sistema en roles de director/a, locutor/a y audiencia, se caracterizó el fenómeno mediático radial FM indígena desde la perspectiva de los agentes involucrados, donde 43 fueron miembros masculinos y 18 miembros femeninos. Complementariamente, se aplicó una ficha de caracterización a los actores señalados, y se realizó seguimiento por cinco meses del fenómeno medial de producción de contenido en radios (agendas mediáticas), conforme a un abordaje etnográfico y comunicativo multi-situado y de caso-extendido. También se sistematizaron fuentes secundarias de medios de prensa y otros formatos, que dieran cuenta del fenómeno en estudio, desde ejes diacrónicos y sincrónicos. Asimismo, se diseñó y ejecutó una encuesta prospectiva/referencial sobre el comportamiento y preferencias de la audiencia local referente a radios, desde un muestreo aleatorio simple de base (proporción del 50%, con nivel de confianza de 95% y margen de error absoluto de +- 9%) y una auto-aplicación de cuestionario de tipo CAWI (*Computer aided Web Interviewing*), en referencia a una muestra de 119 individuos, donde 53.8% declararon adscripción masculina y 46.2% femenina. En la segunda fase, se trató la información según su naturaleza cualitativa y cuantitativa. En la tercera fase, se analizó la misma mediante teoría fundamentada y el modelo de prejuicio étnico, que permitieron identificar un modelo interpretativo sustantivo desde los agentes. En la cuarta fase, se establecen espacios de diálogo social, difusión y transferencia de resultados, para promover la reflexión civil sobre la importancia del pluralismo informativo en la Región de Arica y Parinacota.

Este estudio se aplicó en la ciudad de Arica el año 2017, entre los meses de febrero a diciembre, considerando como casos de observación a la ciudad propiamente y sus relaciones con el contexto rural de Arica y Parinacota. Para aquello, se analizó la realidad de casos de medios con programación indígena, revisando su pluralismo estructural (organización del sistema informativo) e interno (elaboración oferta informativa y editorial). De este modo, se concibe al pluralismo como un elemento conexo a la discusión de espacios públicos, definidos por la predisposición al intercambio de posiciones ideológicas convergentes en la inclusión de la diversidad y libertad de expresión.

Los principales hallazgos y conclusiones del estudio, se han ordenado en tres dimensiones. Una primera, referida al pluralismo informativo estructural. Una segunda, referida al pluralismo interno y formulación de la oferta mediática. Y, una tercera, referida a recomendaciones.

En referencia al pluralismo estructural asociados a espacios radiales y sus agentes, se ha podido documentar lo siguiente:

a) La introducción de radios con foco en pueblos originarios en el sistema concesionado FM se asoció al retorno a la democracia en Chile. Esto tiene que ver con la reformulación de procesos socioculturales anteriores, y el establecimiento de clasificaciones sociales en función a la comprensión indígena del Estado vía la Ley 19.253 (1993), y la generación de la instalación de activos financieros y sociales para apoyar apuestas de pueblos en la sociedad.

b) Desde entonces, el Estado ha apuntado a la subvención de emisoras con reputación indígena. Como antecedente, desde la década de 1980 se identificó que se fueron formulando ofertas informativas puntuales, y una emisora en el territorio indígena de Putre. En la década de 1990, emergen radios con referencia a las alteridades andinas. Esto se concibió como un requerimiento de producción de información desde la perspectiva de los pueblos. El modelo de radios tuvo su realización en la figura privada de gestión.

c) En este escenario, existen dos modos (el comercial y el institucional) reconocibles de organización de radios, que surgen como modelos verticales de comunicación y que, en la actualidad, transitan hacia modelos más horizontales y multi-plataforma, a través de la inclusión de tecnologías de la información, que sirve de fundamento para la activa relación emisor-medio-mensaje-receptor. Esto ha ponderado el rol de los locutores/productores como líderes de opinión, y su función de ecualizar, sintetizar y visibilizar información de interés para sus comunidades de referencia. El modelo comercial de radios establece arriendo de espacios en el éter y en el avisaje, agrupando a la mayoría de oferta informativa indígena. El modelo de vinculación con el medio o institucional, que generalmente no establece costo monetario de sus espacios y avisaje, o lo hace de manera parcial, prioriza la coherencia de la oferta informativa con la visión/misión que promulga. Este último modelo de gestión agrupa un margen de la oferta informativa indígena, por lo que suele tener débil correlato con las comunidades de escucha o comunicacionales indígenas.

d) Dado lo mencionado, la oferta informativa viene dada por modelos de gestión de programas, donde cuenta con una figura relevante el locutor/comunicador. En este contexto, se formula el contenido teniendo en vista a las comunidades de escucha (pueblos del interior de Arica, colectividades inmigrantes nacionales con suscripción de pueblos originarios de otras regiones como es el caso mapuche o aymara/quechua de Tarapacá, y los referentes de la migración internacional de transfrontera, especialmente asociados al circuito histórico con Bolivia y Perú).

e) Los modelos de gestión de las radios influencian el modelo de gestión de los programas, y la sostenibilidad de éstos. Los programas son unidades relativamente autónomas en las radios comerciales, teniendo que generar rentabilidad financiera a través de la referencia a sus comunidades de escucha, el avisaje y la participación de los locutores como animadores de eventos de corte indígena. Los programas de las radios de vinculación con el medio tienen un modelo asociado a la rentabilidad social, soslayando la participación más intensa en las dinámicas de su audiencia. En todos los casos, los programas buscan elaborar planes de sostenibilidad desde la figura del locutor/productor, apelando a la vocación y aptitud de comunicar.

Por otro lado, atendiendo al pluralismo informativo interno, en referencia a los hallazgos asociados a las dinámicas de pluralismo interno, se ha podido documentar lo siguiente:

a) Existe un latente proceso de diferenciación interna en los colectivos referentes a las alteridades configurantes de las comunidades comunicacionales. Desde las particularidades de los sujetos colectivos formulados, se proyectan relaciones comprendidas por coherencias internas, que elaboran una acción mediática y pública, desde una perspectiva sociocultural, territorial compartida y fundada en la negociación de complejidad en la (trans)frontera.

b) La comunicación se expresa vinculante a las dinámicas de pueblos territorios y étnicos en latente estratificación. Buscando expresar elementos ponderadores de contexto, juegan un rol sustantivo la

inscripción socioeconómica, laboral, el género y el nivel educacional. Esto tiene una dinámica interseccional.

c) Se establecen las ofertas informativas en correspondencia con las alteridades indígenas, propendiendo a canales de mayor horizontalidad e interpelación. En un caso, se tiene como propósito erigir mecanismos alternativos de comunicación social, desde donde se procesa y codifica socioculturalmente la información del entorno mediante la figura de los líderes de opinión, quienes se encargan de mediar entre los esquemas de percepción de las comunidades y la propuesta por medios de corte vertical de comunicación como lo es la prensa escrita local.

d) Considerando los datos de la encuesta prospectiva, se observa que la comunicación vertical es la tendencia en contexto de radios, complementándose con medios de corte más horizontal, donde ha sido relevante plataformas como Facebook. Esto permite una mayor dinámica, intensidad, inmediatez e incidencia en la formulación del contenido elaborado por los líderes de opinión o locutores. Aquello, en contexto de una alta penetración de medios desde la Región Metropolitana, y medios de (trans)frontera.

Subsiguiente, considerando el trabajo de investigación básica y el diálogo social sobre el constructo de pluralismo informativo local, se abordó la materia en análisis desde su orientación como problema público de desarrollo. En estas coordenadas, se reflexionó sobre los ámbitos de pluralismo interno, externo y estructural, que configuraron un árbol de problemas, y de objetivos. Al respecto, se ordenó las recomendaciones sobre el fenómeno en estudio.

Finalmente, en función a los antecedentes sistematizados por el estudio, se observa que las comunidades elaboran estrategias discursivas propias que buscan incidir en los medios de comunicación, (re)formulando comunidades de escucha definidas por la codificación sociocultural y contestataria del mensaje, coherente con sus identidades, etnicidades y espacios en contexto de las clasificaciones sociales derivadas de la etnogubernamentalidad y la situación de frontera nacional. Para comprender esto, fue útil el modelo analítico de folk-comunicación.

1. EXECUTIVE SUMMARY

The purpose of this report is to describe the results of the initiative code PLU160025 "Informative pluralism, indigenous discourses and contemporary ethnicities. The case of the city of Arica" awarded in the 2016 call of the Fund for Studies on Pluralism in the national information system of the Scientific Information Program at CONICYT, as well as proposing guidelines for the public intervention in matters of regional pluralism of information, in context of local indigenous radio.

This study aimed at understanding the production spaces of the indigenous public agenda in the FM radio media in the city of Arica and its surroundings, through the characterization of its communicative and content strategies, its sociocultural discourses and the dimensions of ethnicity. This subject tackled a double challenge. On the one hand, installing a basic study that allows building a baseline from the social scientific rigour. On the other hand, looking to transcend the academic sphere, and citizen dialogue to impute recommendations that guide the possible public action on internal, structural and external informational pluralism.

For such purposes, the research was developed in four phases that addressed the informational pluralism of structural and internal type. The first phase had to do with the production of primary and secondary information. Considering a representative structural sampling, through semi-direct interviews and in-depth approach to 61 actors of the system in the roles of director, speaker and audience, the FM radio mediatic phenomenon was characterized from the perspective of the agents involved, where 43 of them were male members and 18, female. In addition, a characterization sheet was applied to the aforementioned actors, and a five-month follow-up of the medial phenomenon of radio content production (media agendas) was carried out, in accordance with an ethnographic and communicative multi-situated and extended-case approach. Secondary sources of press media and other formats were also systematized, which will account for the phenomenon under study, from diachronic and synchronic axes. Likewise, a prospective / referential survey was designed and executed on the behavior and preferences of the local audience regarding radio, from a basic simple random sampling (proportion of 50%, with confidence level of 95% and margin of absolute error of + - 9%) and a self-administered questionnaire of type CAWI (Computer-aided Web Interviewing), referring to a sample of 119 individuals, where 53.8% declared to be male and 46.2%, female. In the second phase, the information was treated according to its qualitative and quantitative nature. In the third phase, it was analyzed through grounded theory and the model of ethnic prejudice, which allowed identifying a substantive interpretative model from the agents. In the fourth phase, spaces for social dialogue, dissemination and transfer of results are established to promote civil reflection on the importance of informational pluralism in the Arica and Parinacota Region.

This study was applied in the city of Arica in 2017, between the months of February to December, considering as cases of observation the city itself and its relations with the rural context of Arica and Parinacota. Whit that objective, the reality of media cases with indigenous programming was analyzed, reviewing its structural pluralism (organization of the information system) and an internal plurality (elaboration of informative and editorial supply). In this way, pluralism is conceived as an element related to the discussion of public spaces, defined by the predisposition to the exchange of convergent ideological positions in the inclusion of diversity and freedom of expression.

The main findings and conclusions of the study have been ordered in three dimensions. The first one referred to the structural information pluralism. A second one referred to the internal pluralism and formulation of the media offer. And, a third, referring to recommendations.

In reference to the structural pluralism associated with radial spaces and their agents, it has been possible to document the following:

> a) The introduction of radio with focus on indigenous peoples in the FM concession system was associated with the return to democracy in Chile. This is related to the reformulation of previous sociocultural processes, and the establishment of social classifications according to the indigenous

understanding of the State via Law 19.253 (1993), and the generation of the installation of financial and social assets to support people's bets in society.

b) Since then, the State has aimed to subsidize radio stations with an indigenous reputation. As background, since the 1980s, it was identified that specific information offers were being made, and a station in the indigenous territory of Putre. In the 1990s, radio emerged with reference to Andean alterities. This was conceived as a requirement for the production of information from the perspective of the people. The radio model had its realization in the private management figure.

c) In this scenario, there are two recognizable organization modes (commercial and institutional) recognizable radio organization, which emerge as vertical communication models and which, at present, move towards more horizontal and multi-platform models, through the inclusion of information technologies, which serves as a basis for the active sender-media-message-receiver relationship. This has pondered the role of the announcers/producers as opinion leaders, and their function of equalizing, synthesizing and visualizing information of interest to their communities of reference. The commercial radio model establishes leasing of spaces in the ether and in the warning, grouping the majority of indigenous information offerings. The model of connection with the medium or institutional, which generally does not establish a monetary cost of their spaces and advertising, or does so in a partial manner, prioritizes the coherence of the information offered with the vision/mission that it promulgates. This last management model groups a margin of the indigenous information supply, so it tends to have a weak correlation with indigenous listening or communication communities.

d) Given the aforementioned, the information offer is given by program management models, where the speaker/communicator has a relevant figure. In this context, the content is formulated with a view to the listening communities (towns of the interior of Arica, national immigrant collectivities with subscriptions from native peoples of other regions such as the Mapuche or Aymara / Quechua case of Tarapacá, and the referents of the international migration of transborder, especially associated with the historical circuit with Bolivia and Peru).

e) Radio management models influence the management model of the programs and their sustainability. The programs are relatively autonomous units in the commercial radio, having to generate financial profitability through the reference to their listening communities, the announcements and the participation of the announcers as animators of indigenous court events. Radio programs linked to the medium have a model associated with social profitability, avoiding the most intense participation in the dynamics of their audience. In all cases, the programs seek to develop sustainability plans from the figure of the speaker/producer, appealing to the vocation and ability to communicate.

On the other hand, taking into account the internal pluralism of information, in reference to the findings associated with the dynamics of internal pluralism, it has been possible to document the following:

a) There is a latent process of internal differentiation in the collectives referring to the configuration of alterities on the communicational phenomena. From the particularities of the collective subjects formulated, there are projected relationships comprised by internal coherence, which elaborate a mediatic and public action, from a shared sociocultural, territorial perspective and based on the negotiation of complexity in the (trans) frontier.

b) The communication is expressed binding to the dynamics of territories and ethnic peoples in latent stratification. In order to express context-weighed elements, the socio-economic, labour, gender and educational level play a substantive role. This has an intersectional dynamic.

c) Informative offers are established in correspondence with the indigenous alterities, probing to channels of greater horizontality and interpellation. In one case, the purpose is to erect alternative mechanisms of social communication, from where the information of the environment is processed and codified socio-culturally by the figure of the opinion leaders, who are responsible for mediating between the perception schemes of the communities and the proposed schemes by means of vertical cutting of communication as is the local written press.

d) Considering the data of the prospective survey, it is observed that vertical communication is the trend in radio context, complemented by more horizontal media, where platforms such as Facebook have been relevant. This allows a greater dynamics, intensity, immediacy and incidence in the formulation of the content elaborated by the opinion leaders or speakers. That, in the context of a high penetration of media from the Metropolitan Region and means of (trans) border.

Subsequently, considering the basic research work and the social dialogue on the construct of local informational pluralism, the subject was analyzed in terms of its orientation as a public development problem. In these coordinates, the reflection was made on the areas of internal, external and structural pluralism, which formed a tree of problems and objectives. In this regard, the recommendations on the phenomenon under study were ordered.

Finally, according to the background systematized by the study, it is observed that the communities elaborate their own discursive strategies that seek to influence the media, (re) formulating listening communities defined by the sociocultural and refractory codification of the message, coherent with their identities, ethnicities and spaces in context of the social classifications derived from ethno-governmentality and the national border situation. To understand this, the analytical folk-communication model was useful.

2. INTRODUCCIÓN

De acuerdo al debate internacional, se ha señalado la necesidad de comprender la relación entre la diversidad en la sociedad y la expresión de grupos específicos en los medios sociales de comunicación. La comunicación social comprende funciones esenciales para la profundización democrática en la actual mundialización de la información (Castells 2009). En este sentido, desde fines de la década de 1980, se observa que existe una asociación directa entre medios de comunicación, libertad de expresión y pluralismo (UNESCO 2006). Contextualizando esto, últimamente, se ha puesto atención a la diversidad en la sociedad, involucrando un factor aditivo, con naturaleza específica: el requerimiento de condiciones de igualdad, y su observancia en su realización mediática. Así, ejercer la comunicación social implica reflexionar sobre los factores de inequidad estructural que afecta a grupos y personas ante la posibilidad de ser representados y representarse de acuerdo a su propia concepción y dignidad, en torno a lo que se asocia el reconocimiento de las ciudadanías culturales y la develación de los etnocentrismos para "ver" a los/as otros. Porque los medios de comunicación son, concretamente, una instancia de poder pre-figurativo asociado a la constitución de espacios públicos e imaginarios colectivos (CNTV 2015). O, en idea de Gramsci (1978), un factor estructural de re/producción de hegemonías (es decir, se refiere al dominio de una entidad sobre otras de igual tipo, mediante la legitimación de la desigualdad y la anulación de sus elementos de auto-comprensión).

En Chile, el pluralismo informativo se encuentra en discusión jurídica y conceptual. Teniendo aún escasos abordajes desde la realidad local de los pueblos originarios, se refiere a la diversidad sociocultural, étnica, política religiosa o de identidad de género, de acuerdo al art. 3 de la Ley Nº 19.733 (2001) y al art 1 de la Ley Nº 20.750 (2014), que tiene dimensiones estructurales, internas y externas (Zárate 2016). De esta forma, desde la discusión de la Ley de prensa el año 1995, aquello ha quedado fijado, siendo materia de derechos y reformulación de la Constitución hasta la actualidad, inscribiendo un conjunto de abordajes que apelan a la necesidad de estudios sobre las alteridades en la producción medial, y en su substrato como espacio social (Zárate 2016). Especialmente, reconociendo que el pluralismo es una materia pendiente, y multi-dimensional de análisis de acuerdo a los ejes de pluralismo interno (es decir, de la oferta de mensajes de un medio, acorde a su oferta informativa y editorial), externo (según la pluralidad de las fuentes de información y de actores relacionados, en tanto productores, editores y propietarios), así como del estructural (referido al modo de organización de actores en comunicación, que implica la libre competencia y libertad de expresión). Esto se ve ponderado en contextos regionales, ya que la centralización mediática ha generado una acumulación de interés en lo acontecido en espacios metropolitanos.

En este escenario, considerando los formatos clásicos y novedosos vinculados al mayor uso de TICs, igualmente se sitúa a la radio como un medio privilegiado de consumo de información de las comunidades locales e indígenas. Esto, porque existe una percepción de que este formato comprende un enfoque pluralista, cercano, y asequible para el consumo, y para la representación de la diversidad en la sociedad. De hecho, considerando el estudio de XXX, la radio es percibida como uno de los medios más independientes, creíbles, directos y con calidad para informar sobre los acontecimientos de interés para la opinión pública, siendo un soporte relevante para la interpretación de temas de agenda pública. En el contexto actual de la promoción a las ciudadanías culturales, los pueblos originarios han demandado con mayor participación.

En el énfasis anterior, es menester comprender aspectos de lo advertido desde la configuración de relaciones des-centradas del eje metropolitano. Así, vale considerar elementos de la diversidad cultural en los espacios mediales, y su reformulación de espacios, así como sus tácticas de apropiación, generando agendas públicas, es decir, elementos discursivos y analíticos para abordar la actualidad desde sus recursos o codificación cultural de la experiencia colectiva.

En aquel escenario, es relevante incorporar criterios de pluralismo informativo y de descentralización, que faculta una mayor pertinencia en el proceso comunicativo, y con ello fomenta la participación. Sin embargo, la cobertura de la diversidad cultural en el proceso comunicativo de los medios es una problemática y situación de marginalización hasta la actualidad, siendo escasas las propuestas investigativas que aborden su caracterización y problematización. En este énfasis, la investigación propuesta aborda el pluralismo informativo y las alteridades indígenas andinas, estableciéndose como preguntas, las siguientes: *¿Cómo formulan estrategias comunicativas y contenido medial las colectividades indígenas locales en la ciudad de Arica, considerando su agenciamiento para la generación de espacios de producción de agenda pública indígena en los medios radiales? Y, ¿Cómo aquello se interdigita con la emergencia de discursos socioculturales y de etnicidad?*

Según lo advertido, este trabajo buscó comprender los espacios de producción de agenda pública indígena en los medios radiales, a través de la caracterización de sus estrategias comunicativas y de contenido, sus discursos socioculturales y las dimensiones de etnicidad en la ciudad de Arica, considerando la inclusión del enfoque de género. Siguiendo un estudio de caso, se abordó a través de etnografía multi-situada y de caso extendido el fenómeno comunicativo, y su correlato organizativo. Conforme esto, se caracterizaron aspectos de los espacios radiales indígenas y sus agentes productores y audiencia en la ciudad de Arica. Del mismo modo, se sondearon elementos que configuran a los discursos indígenas y las etnicidades en los programas radiales indígenas, y de su audiencia. Para este efecto, se estableció como hipótesis de trabajo que las comunidades elaboran estrategias discursivas propias que buscan incidir en los medios de comunicación, (re)formulando comunidades de escucha definidas por la codificación sociocultural y contestataria del mensaje, coherente con sus identidades, etnicidades y espacios en contexto de las clasificaciones sociales derivadas de la etnogubernamentalidad y la situación de frontera nacional.

Finalmente, cabe comentar la organización del texto. En un primer aspecto, se sitúa el área de estudio y las unidades de observación del estudio. En un segundo lugar, se presenta el objeto de estudio, los objetivos de la investigación, la hipótesis de trabajo, así como el enfoque teórico-conceptual asumido para la interpretación de la información. En tercer lugar, se expone la estrategia metodológica seguida, considerando el tipo de estudio, orientación paradigmática, muestreo (teórico-no probabilístico, y probabilístico-prospectivo), los instrumentos de producción de información, tratamiento, análisis, así como observaciones sobre los criterios éticos que condujeron al estudio y notas de campo a propósito. En cuarto lugar, se aborda la presentación de resultados sobre pluralismo informativo estructural, a través de lo que se caracterizó la organización del sistema comunicativo radial en análisis. En quinto lugar, se caracteriza a la dimensión de pluralismo informativo interno, atendiendo a la generación de la oferta informativa/recreacional y sus elementos de sentido desde el enfoque de los actores. En sexto lugar, se estableció una propuesta para orientar el abordaje del pluralismo informativo en radios indígenas. Finalmente, se imputan observaciones desde el caso analizado, y propuesta de tratamiento establecida.

3. LOCALIZACIÓN DEL CASO

En el presente capítulo, se contextualiza la localización del estudio y las unidades de observación. Conforme al abordaje de la investigación sobre radios locales atingentes al tema indígena, se caracteriza el contexto regional, para luego atender al de producción medial en emisoras concesionadas FM, considerando la referencia a las ubicadas en la ciudad de Arica y, en complemento, el caso de las radios de pueblos del interior –según, en este último escenario, posibilitar un análisis (inter)relacional.

3.1. ÁREA DE ESTUDIO

Con una superficie de 16.898,6 km^2, la región de Arica y Parinacota limita al norte con la República del Perú, al sur con la región de Tarapacá, al este con la República de Bolivia, y al oeste con el Océano Pacífico. Abarcando desde los 17° 30' hasta los 21° 28' de latitud sur aprox., ésta representa al 1,24% del territorio nacional, ubicándose a una distancia aproximada de 2.000 kilómetros de la capital de Chile, Santiago (INE 2017).

Esta unidad político-administrativa, presenta una configuración biogeográfica singular. Se caracteriza por un ascenso altitudinal de Este a Oeste, comprendiendo en 200 km^2 una variedad de micro-ecologías de costa a altiplano.

Según una altitud que va de 0 a 6000 m s.n.m, su adscripción al flanco occidental de la meseta andina ordena los espacios socio-productivos denominados como sectores de litoral (industria, comercio, extracción de mariscos y pescados), de valles bajos (agricultura), de precordillera (agricultura, horticultura y ganadería intensiva) y de altiplano (ganadería extensiva y horticultura).

Este encuadre ha modulado las especificidades históricas y socioculturales relativas a los modos de vida y de los sistemas de asentamientos, vía la impronta prehispánica, colonial y republicana, manifiesta en el grado de articulación que adoptan los grupos locales respecto del mercado formal, y la vigencia de formas organizativas de corte consuetudinario en progresiva complejización regional y fronteriza.

Arica y Parinacota, cuenta con dos provincias homónimas, y se configura en cuatro comunas. Estas comunas son: Arica, donde se ubica el centro urbano principal, y las entidades rurales de Camarones, Putre y General Lagos, definidas por el envejecimiento progresivo, un perfil indígena y un relativo aislamiento geográfico e inequidad territorial. [1] Aquello se evidencia a través de una concentración intra-regional de tipo campo-ciudad, expresada en la tendencia urbana de la población (91.7%) respecto de la rural (8.3%).

[1] Según el estudio de comunidades aisladas (SUBDERE 2012), estas comunas, a su vez, presentan alto índice de aislamiento. Al advertir el % de población comunal aislada según comunas, Arica presenta 17.9, Camarones 83.3, Putre 87.4, y General Lagos 96.6. Esto, provocado por inequidades territoriales asociadas al modelo de desarrollo adoptado en la región, el que ha privilegiado a la ciudad de Arica. Esta ciudad ha monopolizado los bienes y servicios públicos y privados relativos al bienestar social. De esta manera, el problema de vulnerabilidad de las comunas con alto aislamiento en la Región se vincula a la escasa provisión del bienestar social, tanto por parte de agentes gubernamentales como por privados.

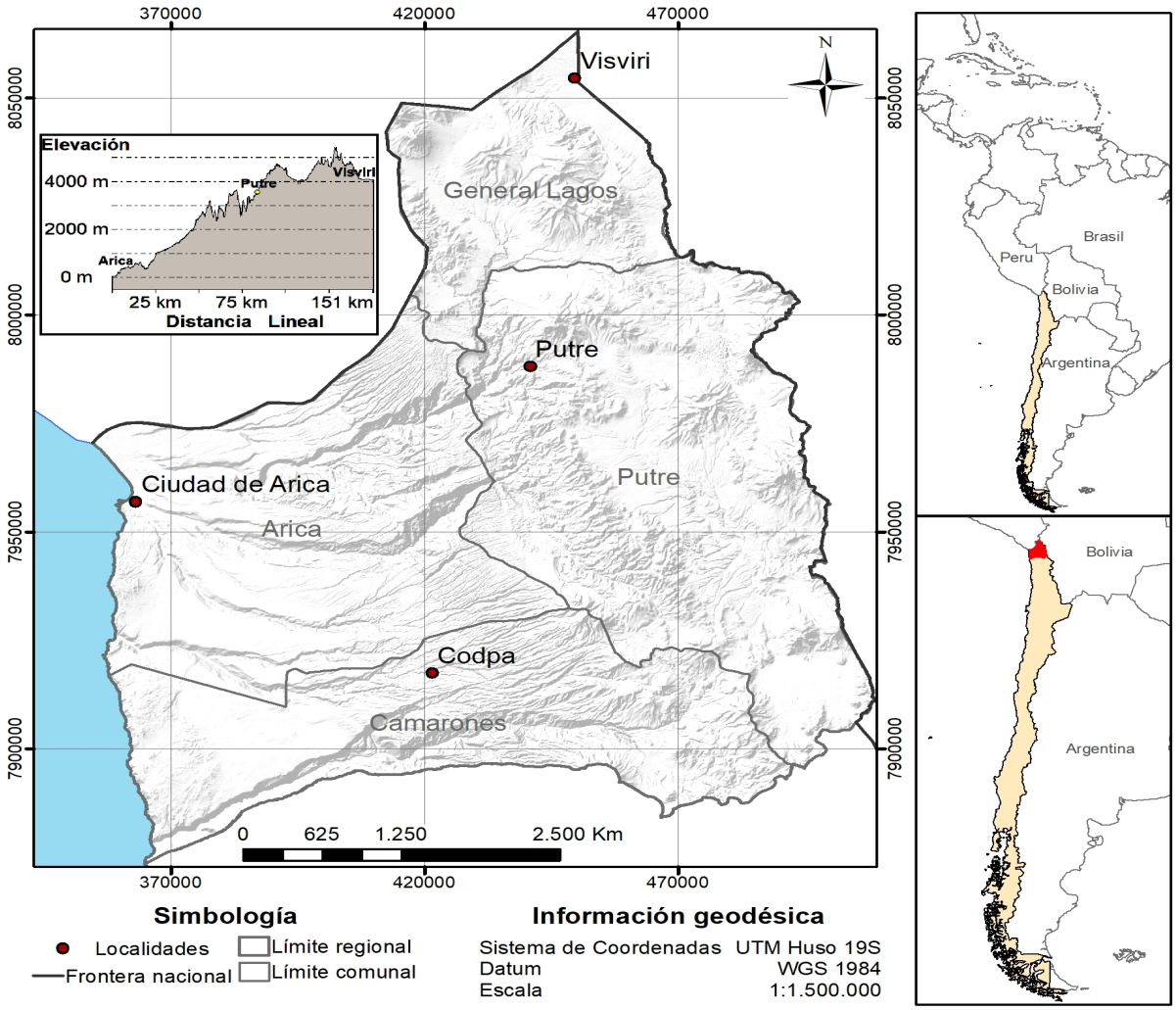


Figura 3.1. Región de Arica y Parinacota, y localización de la ciudad de Arica

De esta forma, el patrón de población regional ha tendido hacia el asentamiento en la ciudad de Arica, donde se concentran las estructuras de oportunidades públicas y privadas. Para el año 2017, en la Región habitan 226.068 personas, donde 112.581 son hombres y 113.487 son mujeres (Censo 2017).

Considerando la dimensión sociocultural, Arica y Parinacota es una de las regiones con mayor proporción de pueblos originarios a nivel nacional (35.7%) (Censo 2017). En este orden, la población aymara configura la mayor proporción de la población indígena y no indígena con ocupación del rural de la región. Esto halla una correlación positiva que existe entre una ocupación histórica y la altitud.

De este modo, en general los sistemas de asentamientos indígenas cuentan con una concentración en la ocupación en la precordillera y el altiplano del espacio regional. En este contexto, la región es la segunda con mayor proporción de población indígena en el país después de la Araucanía; configurando el segmento rural parte importante de ocupaciones consuetudinarias de tipo indígena, acorde a una razón de mayor altitud. Los otros sectores, de baja altitud, como sectores de valles bajos y litorales de acuerdo a los procesos de modernización regional, de conectividad logística a circuitos de mercado cuentan con configuraciones poblacionales con contingentes culturalmente heterogéneos, producido por los procesos migracionales internos e internacionales contemporáneos. Asimismo, se adosa la suscripción afrodescendiente, con una ocupación urbana (2917 hogares), y una histórica en el valle de Azapa (401 hogares), estimable en una

población de 8.415 personas, donde 3.719 son hombres y 4.696 son mujeres, representando en total de 4.7% regional[2].

Por otra parte, son configurantes del territorio regional, los flujos transfronterizos históricos e indígenas con Perú y Bolivia –estas últimas vinculaciones, tienen pliegues sociales, económicos, poblacionales y simbólicos que se expresan en arreglos de tipo festivo, poblacional y de producción local– (González y Gundermann 1996). Particularmente, el espacio regional contiene procesos socioculturales y territoriales de larga data, los que conectan diferentes temporalidades sobre el constructo sincrético de lo andino, modulado por la membresía nacional y por el paradigma moderno de soberanía nacional, impreso por la acción gubernamental desde fines del S. XIX. A esto, se ha sumado en la actualidad otros flujos migratorios provenientes de la intensificación de la globalización, que ha imputado novedosos perfiles provenientes de sectores caribeños de América Latina (sea como tránsito hacia otras urbes del país, o para establecer residencia), con impacto principal en la ciudad de Arica.

3.2 UNIDADES DE OBSERVACIÓN

Espectro éter

La radio es un elemento central de la comunicación social en el esquema regional indígena, históricamente. Convoca diversas voces y experiencias, posibilitando privilegiadamente su realización masiva, involucrando la diversidad existente en la población.

De esta manera, notando antecedentes del año 2017 de SUBTEL, si se toma en cuenta la participación en concesiones, se puede estimar que en la ciudad de Arica se concentran las entidades radiales en un 90%. De ellas, tienen una amplia participación radios de escala nacional (56%), que presentan antecedentes de concentración de la propiedad. La siguiente presencia importante es de radios locales en Arica sin concesionarios indígenas (28%), respecto de un menor porcentaje de concesionarios indígenas[3] (5%). Por otro lado, siguiendo el catastro SUBTEL respecto del año 2012, hay una emergencia de señales en los pueblos del interior de Arica que, si se considera todo el sistema, redunda en el 12% de participación en el régimen de concesiones. Por otro lado, también, se tiene participación informal en el espacio concesionado de radios de Perú y Bolivia.

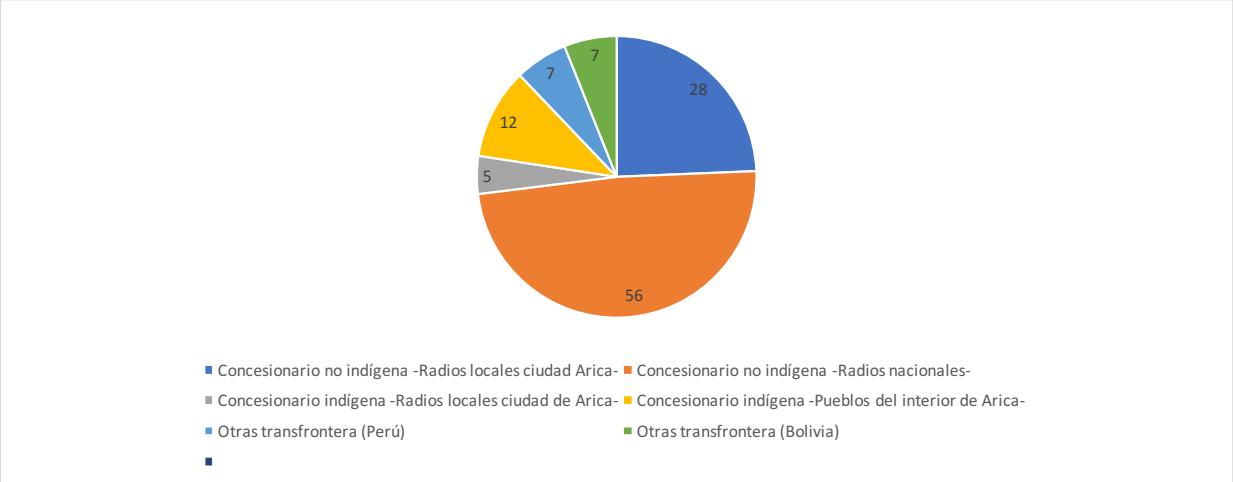
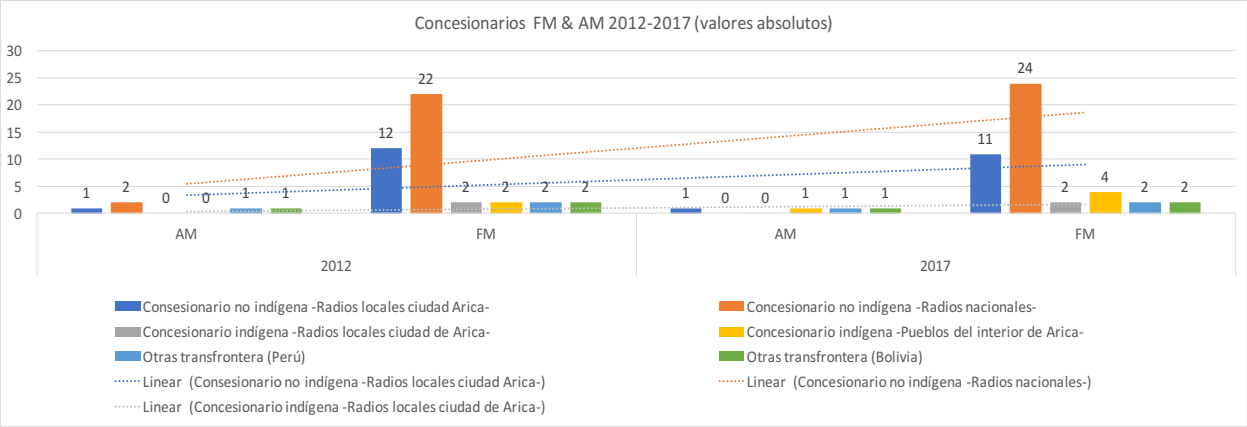


Figura. Régimen de concesiones relativo al espectro radial sonoro libre de Arica y Parinacota
*** Se incluyen entidades radiales de (trans)frontera detectadas –las que no participan en el régimen de concesiones-, a manera de referencia, para analizar la diversidad de actores en el sistema efectivo.*

[2] De acuerdo a la Encuesta Caracterización de población afrodescendiente en la región de Arica y Parinacota, ejecutada por INE el año 2014.
[3] Esta consideración ha sido definida según el análisis de las entidades concesionarias, la misión/visión de la entidad radiofónica, y el seguimiento de los procesos formativos históricos de los casos.

Al respecto, si se atiende al *espectro de concesionarios radiofónicos sonoros abiertos,* entre 2012-2017, es posible constatar lo anterior, siendo relevante la variación de participación que proyectan las concesiones con tendencia editorial indígena en el sector rural, así como la posición marginal de concesionarios con pertenencia indígena respecto a los no indígenas locales y los nacionales.



Fuente: SUBTEL, concesiones radiofónicas radiales sonoras libres, noviembre 2012 y 2017.
*** Se incorporan al espectro las emisiones FM y AM provenientes de Perú y Bolivia que, si bien no participan formalmente en el sistema, mantienen una penetración la audiencia urbana y rural importante.*

Con todo, en el caso, si se considera el régimen de concesiones, se observa un entorno de desconcentración de la propiedad a nivel de las entidades radiales locales. Éste se halla conformado por estaciones radiales de diferente naturaleza según su sustentabilidad económica.

Radios FM. Arica y su entorno

Las radios que abordan materias indígenas se comprenden mayoritariamente en la ciudad de Arica, emergiendo como apuestas en el sistema comunicacional desde fines de la década de 1980 y e inicios de la década de 1990, asociadas a la instalación del multiculturalismo y el retorno a la democracia en Chile. En este criterio, la emergencia mediática indígena está asociada a la acción del Estado como agente de cambio social, si observamos su itinerario de emergencia en el régimen de concesiones FM.[4]

En este parámetro, en la actualidad el sector rural y urbano tienen participación en el sistema de actores de los medios radiales sonoros libre FM y AM, así como en la elaboración de oferta informativa (Figura 3.2).

[4] Paralelamente, se ha advertido la importancia y diligencia de experiencias previas de instalación de ofertas mediáticas en emisoras de corte general hacia la comunidad de Arica, como fue el caso de Lino Mamani y su programa, a inicios de la década de 1980, en la radio de la Universidad de Tarapacá, que tuvo como público objetivo a las comunidades territoriales de los pueblos del interior y la de (trans)frontera indígena y andina.

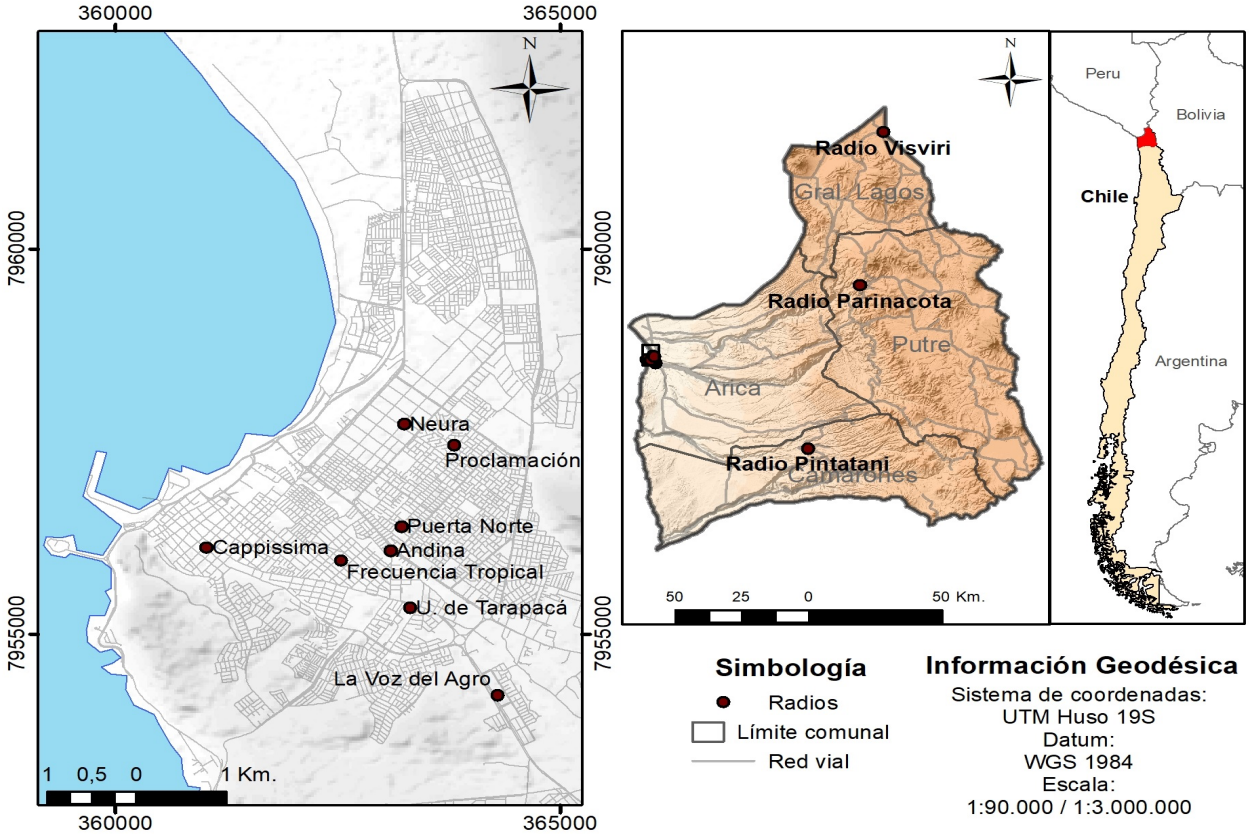


Figura 3.2. Radios con programas alusivo a temáticas indígenas en ciudad de Arica, y pueblos del interior (muestra en estudio)

De manera marginal, comprenden también una trayectoria en los pueblos del interior, en territorios rurales y de altitud, los que cuentan con antecedentes de experiencia de radio en la necesidad de comunicarse con la ciudad para surtir las necesidades básicas, y mantener vinculación con sus familiares. En este entorno, la presencia de radios en los territorios se asocia a iniciativas de proyectos guiadas desde los gobiernos locales, donde juega un rol relevante la entidad municipal.

4. OBJETIVOS DEL ESTUDIO

En el siguiente apartado, se exponen aspectos del diseño investigativo del estudio. Al respecto, importa documentar la inserción de la diversidad cultural indígena en los medios de comunicación radial en el caso de Arica, y su entorno fronterizo regional. Para ello, se abordó el estado de la cuestión de la comunicación indígena y medios de comunicación, en coordenadas del pluralismo informativo y emisoras radiales. Luego, se presentan los objetivos del estudio, la hipótesis de trabajo y el enfoque propuesto para el estudio de comunidades comunicacionales, en tanto dinámicas colectivas concretas.

4.1 ANTECEDENTES DEL OBJETO DE ESTUDIO

En la era de la información y la escalada de la globalización, adquiere mayor relevancia la información en la experiencia de los actores (Arias 1992). En este sentido, dentro el consenso de que la democracia está asociada a la realización de diálogos y la definición de asuntos públicos, los medios de masa, como instituciones sociales e ideológicas, han contribuido a la socialización de los agentes, y la generación de alternativas que buscan la ecuación más pertinente entre Estado, sociedad y mercado. Aquellos canales juegan un rol logístico, imprimiendo esquemas de percepción propios y del mundo, con lo que actúan en la modelación de los temas-sociedad (Bailey 2005; Lacey 2002).

En el caso de la relación entre *comunidades indígenas, comunicación social y agenda pública,* ésto se ha definido por una estructural desigualdad (Giménez 2006, 2009; Partridge, Uquillas & John 1996). Siendo central la (re)elaboración histórica de identidades[1] marginalizadas del espectro público, se da la articulación de discursos (contestatarios o no) que van tomando posición en la *vox populi* ante la denuncia de las limitaciones epistemológicas de la modernidad occidental, tardía y capitalista (Castells 2000, 2006, 2009; Dijk 1984; Gibbons 2015; Giddens 1994, 1996, 2001; Touraine 1997). Mediante la apuesta por canales formales y/o alternativos de comunicación social, los agentes indígenas han desarrollado experiencias orientadas hacia figuras de contrapunto situadas en la referencia, o evocación, de comunidades territoriales, históricas o étnicas-urbanas, teniendo como objetivo la generación de empoderamiento y conformación de opinión pública desde tal coordinación.

Al respecto, recientemente, UNESCO (2015) ha señalado la singularidad de la radio como espacio privilegiado de la expresión de las experiencias de comunicación indígena, y pluralismo informativo. Mediante este canal, se han instalado perspectivas "alter" desde miembros de los pueblos originarios, entre otros. Comparativamente respecto de otros soportes de comunicación social de corte vertical, al posibilitar un acceso más equitativo, el dispositivo radial ha promovido la elaboración de comunidades mediales. Definidas por su entorno local, se trata de una red de relaciones caracterizada por su asociación con el interés de poblaciones con arraigo en el territorio. Esa esfera íntima, crea espacios de inclusión, propia dinámica, complicidad y trama. Se formula una participación de las colectividades en el debate social, desde la codificación sociocultural con capacidad de acción colectiva; esto es, con capacidad de contestación y recreación del entorno, fundado en la auto-consciencia (o no) de la violencia simbólica -donde se imputa la naturalización de elementos de representación externos a las comunidades, y la invisibilización o escisión de figuras colectivas y consuetudinarias- (Guo 2017; McCombs, Shaw & Weaver 2014).

Con la dinámica radio-comunidades, se ha posibilitado la amplificación de voces postergadas en la corriente dominante; que rige la línea editorial de los otros medios con mayor afectación de grupos de interés

[1] Esta categoría es central en el estudio, entendida como relacional, transaccional y contextual, dada la delimitación de fronteras entre nosotros/otros (Barth 1976; Bhabha 1994; Jenkins 2004; Menéndez 2006). Refiriéndose a esta dimensión, se concibe la acción de factores de cohesión, así como factores de asimetrías, donde se legitiman estructuras disimiles, fundadas en una economía política de entidades históricas. De esta forma, la identidad étnica se formula como una forma de contestación (o sea, significación y apropiación) a la modernidad media y tardía, a través de un posicionamiento político y/o sociocultural de los actores frente a la tradición y lo nuevo, lo global y local.

dominante en la sociedad (UNESCO 2006). McLuhan (1996: 306), a propósito, observa la importancia "(…) [d]*el poder indígena de la radio para implicar a la gente unos a los otros* (…).[2] En tal criterio, coinciden diversos estudios en que la radio ha sido un formato privilegiado para la manifestación mediática de las bases socioculturales (*grass-roots*) de comunidades indígenas locales (Albó 2000; Huesca 1996; Lupien & Chiriboga 2017; Rodríguez y El Gazi 2007; Nash 2003). Si se consideran los trabajos al respecto, éstos se han interesado en el tratamiento de contenido indígena en contextos multiculturales, en el debate lingüístico y cultural, en el consumo masivo de música preferente (como el Huayno en el caso peruano, por ejemplo, ver Butterworth 2014), y en el uso de tecnologías de la información; pero, escasamente se definen objetos de estudio que sondeen la vinculación entre medios, estrategias mediáticas y elaboración de comunidades comunicacionales –desde entidades sociológicas efectivas y alterizadas–, a no ser de los estudios que, profusamente, han descrito las estaciones radiales y soportes masivos utilizados por comunidades religiosas para la adhesión indígenas (Mitchell 1993; Uberlaker s/f).

En escenario de la reproducción de desigualdades estructurales, desde la década de 1970, se han realizado estudios de caso al respecto desde los márgenes nacionales. En este contexto, diferentes autores han observado la importancia de investigar los medios locales, y su rol para la elaboración comunitaria de grupos indígenas. Esto, especialmente dada la complejización de relaciones asociadas a la urbanización, migración a la ciudad y cambios de modos de vida comprendidos en el S. XX, que hizo estimar posible la aculturación indígena, y que supuso la tesis de dos mundos escindidos, el occidental y el indígena (Escobar 2011; Partridge, Uquillas y John 1996). O sea, la tradición versus la modernidad (Urbano 1992), desde donde la comunidad –como expresión– daría paso a la sociedad –en su asociación por afinidad e individuos–. Lo cierto es que la comunidad reformuló sus espacios, reproduciendo su unidad colectiva básica de existencia social, territorial y, ahora, se expresaría también mediante la utilización de los medios de comunicación análogos y virtuales. Con ello, elaboraron espacios específicos y socioculturalmente codificados en contextos urbanos y rurales.

En este particular, es relevante el trabajo de Albó (1974). Desde el caso boliviano, el autor sostiene que el ámbito radial de tipo comercial comprendió una innovación que tiene que ver con que los propios pueblos periféricos fueron elaborando contenido medial, otorgándose recursos para la dislocación con la estructura dominante, reproducción de sus enfoques propios, solidaridades/oposiciones en el marco de la elaboración de clasificaciones de sus propias alteridades.

También es relevante el trabajo de Albó, Greaves y Sandoval (1983). Los autores describen aspectos de la comunicación en comunidades aymara de La Paz, notando la importancia de la radio comercial para la elaboración identitaria. A través de modalidades de comunicación alternativas, en contexto que denominan bi-culturales, en este trabajo desde un diseño investigativo cualitativo y cuantitativo, los autores describen aspectos del comportamiento idiomático y las preferencias de sintonización de las radios de *Chukiyawu* (con oferta informativa en aymara, bilingües y en castellano), sosteniendo que hay una correlación entre lengua y cultura que mediante estos canales se actualiza. Asimismo, observan que el consumo medial se asocia a las dinámicas de la jornada de trabajo, y a la mantención de relaciones ecológicas complejas con el (trans)territorio, donde dimensiones de naturaleza/cultura, sociedad/Estado y espacios festivos han sido centrales en la elaboración de sus formulaciones informacionales en los medios.

Otro aporte relevante es el de Sánchez-Parga (1988), donde se plantea la asociación entre aprendizaje y etnocomunicación, definido por la transmisión de conocimiento conforme al ciclo vital de los miembros de los grupos. Acá, el hecho de comunicación se realiza en escenarios situacionales, desde lo cual, se funda la comprensión racional del entorno, transmisión de modos de pensamiento, experiencias y comportamientos socioculturales. Con esto, se establecen tipos de relaciones (internas/externas) y campos sociales de procesamiento de las diferenciaciones culturales. Asumiendo aquello, se configuran dimensiones, a saber: i. Referida al grado (+ o -) de institucionalización del contexto situacional, definidos como espacios convencionales de más amplia y oficial convocatoria para el tratamiento de asuntos públicos y con el mundo externo; ii. Situaciones de comunicación más restringidas, sean intercomunales y/o familiares, para el

[2] Agregación de cursiva.

tratamiento de asuntos internos; iii. Contextos comunicacionales familiares o de grupos de afinidad y parentesco, de carácter más privado con relaciones estrechas en función a las especificidades culturales; iv. Situaciones de comunicación habitual, dependiendo del tipo de relación entre interlocutores que se define en lugares y situaciones cotidianas; y, v. Situaciones comunicacionales ritualizadas o festivas específicas asociadas.

En este plano, otro trabajo que ahonda en este particular es el de Soruco (1999). El autor describe aspectos del pluralismo estructural e interno del caso de Bolivia, analizando la elaboración e impacto del contenido manifiesto en los medios sobre la cobertura de la violencia y el acceso a los medios de diferentes sectores de la sociedad. Connotando los segmentos indígenas, desde el estudio del caso de tres radioemisoras, advierte que, si bien las radios responden a formas de transmisión dominantes, su acceso y manejo han abierto posibilidades de generar usos participativos y alternativos indígena territoriales –especialmente rural–.

También es interesante destacar el trabajo de Huesca (1996), donde desde una experiencia etnográfica con reporteros populares en la Radio XIII del altiplano de Bolivia el año 1993, analiza la participación popular y de agentes definidos como tradicionales, y su rol en la fijación de la agenda mediática y su correlación en la agenda pública de desarrollo local. En este particular, con todo, siguiendo a Stephenson (2002) y su análisis del rol del Taller de Historia Oral Andina en Bolivia, los soportes mediales, donde la radio ha sido central con programas informativos y radionovelas –ei. *El indio Santo Marka T`ula*, el año 1984, por ejemplo–, han servido para la apropiación de elementos de auto-comprensión de las comunidades, nutriendo su repertorio de elementos para generar propias propuestas ante la ecuación sociedad, mercado y Estado, desde una relectura de los entornos discursivos, territoriales y de versiones historiográficas.

Actualmente, se ha concertado en asumir el análisis de la capacidad de agencia social de los grupos indígenas, y su instalación en diferentes contextos colonizados –como es el caso de los medios–. Acá ha sido un factor relevante para la preservación de elementos socioculturales, la relación entre cultura y comunicación, entendidas (re)creativamente (Howard-Malverde 1997; Platt 1997). Respecto de esto, se elaboran diferentes tácticas para actualizar y/o erigir una presencia medial estable y relativamente incidente, en contexto de sostenida marginación y colonización de sus elementos de auto-representación.[3] Esto tiene que ver con la elaboración de espacios participativos y codificados, desde lo que reproducen su diferencia cultural, ora incorporar elementos del entorno. De este modo, ha resultado relevante comprender a la cultura no solamente como un agente de continuidad de la "tradición" –o lo folk–, sino que, como factor histórico afecto al cambio, otorgando sentido contingente a los actores adscritos a su racionalidad particular, la que cuenta con capacidad de reproducción de acción colectiva específica, de tipo identitaria y/o política.

En este particular, importa mencionar el trabajo de Ramiro (2014), donde se observa la importancia de la radio para la promoción de la música tropical andina, a través del Huayno y la proximidad con los/as locutores. Considerando el caso de la ciudad de Cuzco, en Perú, el autor sostiene que la radio fue un elemento central en la adaptación a la urbe (lugar de destino), y para la mantención de vínculos con el lugar de origen desde mediados del S. XX, siendo principal su utilidad, como: i. Medio de intercomunicación que sirve para conservar los vínculos con familiares y allegados que se quedan en el lugar de origen, así como de sus dinámicas inmediatas urbanas y rurales; ii. Procesar desde la emergencia de propios canales los noticiarios y el acontecer, útil para adaptarse a lo nuevo y la urbe, para elaborar estrategias de aprendizaje hacia los nuevos modelos de conducta e interacción –quiere decir, la elaboración de una oferta informativa que dice relación

[3] En este ángulo, es relevante anotar la distinción *gramsciana* que debe hacerse entre ideología y hegemonía. La ideología es la parte consciente, o explícita, de las creencias, valores y perspectivas de sociedad; mientras que, la hegemonía es la parte inconsciente, o implícita, que ecualiza la ideología y legitima actores, roles e instituciones en la definición de relaciones de poder y (a)simetría. En la síntesis de éstas, se da la operación de la realidad social en tanto esfera del sentido común y realización histórica de relaciones (Gramsci 1978). En este plano, los medios de comunicación operan desde elementos adscritos a la instalación y/o (re)producción de representaciones en la esfera del sentido común, jugando un rol crítico en el diseño de sociedad estimable, y en sus dinámicas de cambio/continuidad. Específicamente, aquello es dado en función a su capacidad de incidir en los parámetros del lenguaje y en los sistemas de creencia, opinión y maneras de ver que comprende a las colectividades históricamente. Con todo, hegemonía no es dominación tan solo, sino que legitimación y dialéctica de la autoridad que justifica la desigualdad fundada en la institucionalización en la cultura, que escinde un mundo donde cohabitan privilegiados y no privilegiados (Comaroff & Comaroff 1991, 2009a & b).

con el acceso a información del ámbito rural y urbano, de reuniones, fiestas, elecciones, saludos a familiares y comunidades, anuncios de nacimientos, cortes de pelo y pésames, así como de servicios; y, iii. Como eje de identidad, mediante la elaboración de mensajes masivos con contenido socioculturalmente codificado que tiene como intencionalidad la mantención de vínculos hacia los orígenes, el pasado –real y/o ficticio– y la proyección futura. Esta expresión tuvo como elemento sociocultural el tiempo de emisión, el que se advierte asociado a las dinámicas productivas y comunitarias de los propios grupos. Este soporte es así un factor de cohesión y ecualizador de la expresión de demandas específicas de tipo informativa, reivindicativas, educacionales y recreativas. Similar observación realiza Tucker (2011) desde el caso de Lima, relevando el rol de la radio y la música andina según la ecualización de alteridades visibles en la música popular, respecto de otras que son supuestas, o invisibilizadas, dando cuenta de una estratificación social interna al constructo indígena.

También es relevante el trabajo de Lupien & Chiriboga (2017) quienes, desde el caso de Ecuador, analizan el uso de tecnologías de información por parte de comunidades indígenas, describen aspectos de las estrategias mediáticas elaboradas para posibilitar una participación civil incidente en la negociación y elaboración de una agenda pública indígena específica. Similar hallazgo encuentra Rodríguez & El Gazi (2007). Las autoras se centran en un ámbito de pluralismo estructural y elaboración de agenda pública indígena en Colombia. Revisando modelos de gestión de las radios indígenas, ahondan en las discursividades del hacer radio en emisoras resultantes de elementos sub-nacionales en tensión dados por la asociación entre movimientos sociales indígenas, el conflicto armado, el Estado y el activismo medial que aborda como un tema relevante la presencia indígena en el espectro de la comunicación social. En esta vena, es relevante el trabajo de Cárcamo-Huechante (2013). El autor, documentó radios bilingües en la ciudad de Santiago de Chile –el caso de Radio Wixage Anai!–, y en Bariloche, al sur de la Argentina –el caso del Equipo de comunicación mapuche–. Con ello, observa que a través de la generación de contenido medial se expresan recursos propios en el espacio medial, para mitigar elementos de colonialismo y como expresión de la agencia indígena. Se da acá que la radio es un medio conectivo con elementos folk referidos a entidades comunitarias mapuches, prefigurando un espacio éter para la formulación de una audiencia pública desde sus propias voces, sonidos, y modos de habla.[4]

En el extremo norte, se han establecido escasos trabajos que elaboren la relación entre comunidades indígenas, medios y comunicación masiva. No obstante, desde la década de 1970 datan contribuciones que buscan describir los sistemas comunicacionales en contexto comunitario indígena y territorial; sea a través de tecnología (ej. Textiles), circuitos de tránsito inter-zonal y ecológicos entre "nichos", estas iniciativas han tendido a adoptar el enfoque antropológico para advertir este fenómeno y la alteridad indígena local. En un caso base, el enfoque ecológico, donde primó un abordaje asociado a la noción de "pisos ecológicos" propuesta por Murra (1975), desde lo que se fue comprendiendo aspectos simbólicos y fácticos de las dinámicas locales de los grupos indígenas, primando la descripción de festividades y cosmogonías (Kessel 1974; Martínez 1976, 1989). En lo siguiente, son relevantes los trabajos culturalistas de Cereceda (1978), Carrasco (1994, 1998) y de Carrasco, Gavilán y González (1993), quienes se centran en la producción artesanal de tipo textil, instando una caracterización del fenómeno de comunicación que advierte la importancia de relevar la perspectiva indígena y femenina de comunicación y codificación, así como de rehabilitar sus elementos endógenos de desarrollo. Del mismo modo, es interesante la cronología del movimiento indígena de Arica que propone Choque (2009), refiriéndose de manera tangencial al rol de los medios, y la radio en especial –desde la evocación del caso de La Paz, Bolivia–, para la visibilidad pública indígena. Es decir, plantean la capacidad de recreación de códigos culturales en los grupos locales, y la

[4] Aquí es menester observar la relevancia del fondo de Estudios sobre pluralismo en el sistema informativo nacional administrado por el Programa de Información Científica de CONICYT, y los proyectos que en tal plataforma han indagado el campo de pluralismo y pueblos originarios en la agenda mediática. Si bien se han centrado en el caso Mapuche exclusivamente, entre tales, es posible connotar las iniciativas PLU140004 Pluralismo en medios de comunicación en la Araucanía, y la reciente adjudicación de otra iniciativa denominada PLU170002 de diseño de un indicador de pluralismo aplicado a la tematización de la agenda de la prensa escrita nacional y regional sobre el tema Mapuche. Importaría en este plano, analizar los aspectos teóricos y metodológicos que han seguido para abordar otros casos en horizonte de reflexionar sobre la capacidad de agencia de comunidades y su instalación como presencia mediática alter-definida en términos de otros ante la sociedad nacional.

generación de sistemas informacionales propios. En esta consideración, desde el eje de análisis histórico de medios radiales de mediados del S. XX a la fecha, es relevante el trabajo de Massa (2017), y su descripción secuencial y anecdótica de radios y ofertas de programas, donde se detiene en la importancia de este factor para la definición local de comunidad comunicativa en Arica. De igual forma, más actualmente, atendiendo a la oferta de mensajes en los medios, es posible advertir el trabajo de Ruz et al (2017) que, sin centrarse en las dinámicas implícitas de los medios de comunicación, analizan la representación afrodescendiente de la población mediante la caricaturización en revistas ilustradas. Del mismo modo, el trabajo de Díaz (2014), y su atención a la elaboración del conflicto por la frontera Arica-Tacna en la prensa local de inicios del S. XX. Estos últimos trabajos, desde un enfoque historiográfico, biográficos y de agencia social, se detienen en el análisis de la diversidad implícita de la sociedad, la situación de frontera y la elaboración de alteridades desde tales puntos cardinales en los medios.

Con esto, se nota la urgencia de una apertura a concebir lo indígena como una dimensión endógena y recreativa (también) en los medios, impactada por lo occidental/tradicional, e instando a su síntesis situacional y agencia. En este contexto, una de las líneas de investigación emergentes va comprendiendo una reflexividad sobre la diversidad implícita a la alteridad indígena, y discursividades mediáticas folk. Especialmente, porque se observa que, para el caso regional, la radio ha sido un espacio prioritario para la (re)producción comunitaria, a nivel local y regional, urbano/rural.

Esto tiene relevancia desde planos históricos y contemporáneos, lo que plantea la necesidad de entender los procesos de generación de estratégicas mediáticas de los grupos específicos. En este particular, la evidencia empírica disponible es limitada. Sin embargo, sugiere que la participación indígena en procesos comunicativos masivos es una dimensión con diversas experiencias históricas, que incorpora una realidad de marginalización, de asimilación e invisibilización. También, de reproducción de la comunidad y de emergencia de líderes de opinión que conectan la actualidad con las dinámicas de apropiación, recreación y generación de una opinión ante la sociedad más amplia, el Estado y la propia situación contextual. Aquello demanda análisis y problematización.

De acuerdo al problema definido por la participación indígena en medios, formulación de debate y la elaboración de agendas públicas en la materia asociada a procesos de identidad y de etnicidades, escasas iniciativas han buscado abordarle, en reconocimiento de su substrato heterogéneo indígena. Específicamente, es posible señalar como un trabajo que aportan con elementos descriptivos e históricos el realizado por Carbone, Cousins y del Real (1999).[5] Los autores revisan el rol informativo de las radios locales en los valles de Azapa y Lluta, atendiendo a la dimensión folk de la comunicación en este plano. Asimismo, más recientemente, desde un enfoque historiográfico, algunos autores han ido auscultando en los medios de comunicación, la representatividad de la alteridad cultural y la sociedad (trans)fronteriza a inicios del S. XX.

[5] En este escenario, en Arica, es preciso observar que, desde hace cuatro décadas, la Universidad de Tarapacá ha comprendido trabajos interesantes sobre comunicaciones asociado a su oferta formativa de pregrado y postgrado, entre los que resaltan algunos que describen aspectos del sistema informacional local y su vinculación con comunidades, según los planos de participación, territorio y género. Estos, dada los escasos antecedentes de sistematización del fenómeno, se connotan como recursos de comprensión histórica. Entre los trabajos que se han identificado están los de Soza (Soza 1987; Soza y Luque 1995), y su propuesta de comprender la oralidad andina local para indagar en las cosmogonías de los pueblos del interior de Arica; los de Peña (2006), donde se describen grupos andinos urbanos y peri-urbanos migrantes y locales del valle de Azapa de finales del S. XX, que elaboran identidades colectivas opuestas, reconocidos como chaperones y masas. Estos grupos son relevantes, ya que asociados al consumo de música *sound* y folclóricas, fueron tejiendo relaciones que dieron sustento a los espacios festivos andinos actuales en la ciudad de Arica y de los valles. Estos últimos espacios de reconocida convocatoria andina según las clasificaciones de la proveniencia de la alteridad local (pueblos del interior, migrante interno de otra región, y/o trans-migrante). Asimismo, es interesante el trabajo de Noriega (2009) quien analiza la representación de lo indígena en la agenda mediática de la prensa de Arica, teniendo como objetivo una propuesta para el desarrollo de un periodismo intercultural. Esto es, auto-reflexivo sobre su incidencia en la elaboración de prejuicios, y eventuales diálogos de respeto y promoción democrática a la diferencia cultural. También, es relevante el estudio de Lazo (2013), donde aborda el análisis temático en la agenda pública de la materia de mujer a través de la prensa escrita. Lamentablemente, estas experiencias han tenido una orientación de cierre de procesos de pregrado y de magíster, sin sostenerse agendas investigativas que permitan delinear elementos de objetos de estudios en los ejes del pluralismo informativo.

Como se puede observar, si bien existen trabajos en la región andina que han constatado el fenómeno medial indígena –especialmente centrándose en la oferta informativa de los medios– para diferentes pueblos, ámbitos, países y temporalidades, no se dispone de un análisis que incluya casos locales y sus planos operativos –ei. género, edad, pertenencia, etc.– en el extremo norte de Chile. Esto, que conlleve una descripción sistemática del fenómeno de pluralismo informativo (interno, estructural y externo) y comunidades locales, cuestión que remite a la dificultad, además, de insuficiencia teórica para abordar el problema colectivo de substrato.

En este énfasis, la investigación propuesta abordó un ámbito de interés público escasamente documentado en el contexto de Arica y Parinacota, referido a la elaboración contemporánea de dinámicas comunitarias indígenas y pluralismo informativo (estructural e interno) en radios locales FM, en clave multicultural, neoliberal y de promoción a la época del "indio permitido" (Hale 2004) (Figuras 4.2 & 4.3). En tal rigor, y desde el enfoque de folk-comunicación (Beltrão 2016), se establecieron como preguntas, las siguientes: ¿Cómo formulan estrategias comunicativas y contenido medial las colectividades indígenas locales en la ciudad de Arica, considerando su agenciamiento para la generación de espacios de producción de agenda pública[6] indígena en los medios radiales? Y, ¿Cómo aquello se interdigita con la emergencia de discursos socioculturales y de etnicidad?

4.2 OBJETIVOS DEL ESTUDIO

Conforme lo anterior, los objetivos del estudio son los siguientes

a) General

Comprender los **espacios de producción de agenda pública indígena** en los **medios radiales**, a través de la **caracterización de sus estrategias comunicativas y de contenido**, sus **discursos socioculturales** y las dimensiones de **etnicidad** en la ciudad de Arica, considerando la **inclusión del enfoque de género.**

b) Específicos

i. Caracterizar los **espacios radiales indígenas y sus agentes productores y audiencia** en la ciudad de Arica

ii. Describir los **discursos indígenas y las etnicidades** en los programas radiales indígenas, y de su audiencia

4.3 HIPÓTESIS DE TRABAJO

Conforme al problema en estudio, se sostiene la siguiente hipótesis de trabajo,

> Las comunidades indígenas elaboran estrategias discursivas propias que buscan incidir en los medios de comunicación, (re)formulando comunidades de escucha definidas por la codificación sociocultural y contestataria del mensaje coherente con sus identidades, etnicidades y espacios en contexto de las clasificaciones sociales derivadas de la etnogubernamentalidad y la situación de frontera nacional.

[6] La agenda pública deriva desde el debate social (promovido, preferentemente, en los medios sociales de comunicación). En el contexto del régimen democrático, ésta se refiere al conjunto de temas que son objeto de la discusión pública, así como a la dinámica de las relaciones de poder (que pondera algunos respecto de otros), en el marco de un sistema político de fundamento y la posibilidad de re/formulación de políticas públicas. Se contextualiza en las vinculaciones entre el Estado y la sociedad civil, desde donde se construyen gobernabilidad, gobernanza, legitimidades e ilegitimidades. Dado aquello, se generan inclusiones y exclusiones tanto de temas como de actores, referido a la reflexión e intervención de la ecuación del Estado/sociedad/mercado (Lahera 2004).

4.4 RELEVANCIA

A propósito, vale mencionar que estudios de esta naturaleza son escasos en el encuadre regional, siendo su abordaje considerado desde el análisis del rol de la comunicación comunitaria y las radios. Esto mismo, otorgó una doble responsabilidad a este trabajo. Uno, ser un aporte en la materia, tratando de abstraer, representativamente, los elementos centrales del fenómeno hermenéutico, desde un enfoque teórico y metodológico específico, orientados por la comprensión de las coordenadas de conocimiento propuestas. Dos, derivar en una propuesta para el tratamiento aplicado del pluralismo informativo y radios, que permita ensamblar lecturas desde los lenguajes públicos y privados asociados a la generación de condiciones pertinentes de desarrollo territorial. Por ende, debe entenderse su contenido como una propuesta para derivar en la cualificación y mesura del fenómeno desde el desafío que involucra sus tiempos socioculturales y trans-fronterizos.

Figura 4.1. Registro etnográfico PLU160025. Ciudad de Arica, espacios radiales multi-culturales

Figura 4.2. Registro etnográfico PLU160025. Sector Azapa, Arica

4.5 ENFOQUES TEÓRICOS SOBRE COMUNIDADES COMUNICACIONALES

En el contexto de los paradigmas de los *mass-communication*, la industrialización del mensaje y la diversificación del sujeto, hay una coincidencia en asumir que el modelo "on-step-flow" –que suponía la influencia directa de los medios en los patrones de conducta en la población– no permite una explicación suficiente del proceso comunicacional (Bailey 2005; Lacey 2002). Por ello, se sostiene la necesidad de analizar desde nuevas perspectivas la ecuación medio/canal-líder-comunidad de referencia, y su realización en la "influencia" de las conductas sociales (Baudrillard 1988, 2000; McLuhan 1996; Lazarsfeld, Bereslson & Gaudet 1962).

A propósito, han emergido propuestas enfocadas en comprender la relación de emisor-medio-mensaje-receptor (Gorton 2009). Otorgándoles un papel activo a los actores y a su agencia en la interacción, ha parecido relevante advertir la elaboración sociocultural del circuito emisor-canal-receptor en los medios comunicativos. Esto, siguiendo las seis funciones contextuales de la efectividad del mensaje propuestas por Jakobson (1971), se enfoca en la dimensión "metalingüística" y "conativa", referida al campo de debate y/o descripción de sí mismo. Se trata de la primacía que concibe el ámbito de la interacción, generación/uso de códigos, configuración de mensajes de contestación/asimilación, erección de la agenda setting y la constitución de asuntos de interés para la sociedad en su conjunto (Bourdieu 1985; Hymes 1995, 1996). En este orden, se ha observado ciertos principios asociados a la dinámica comunicativa en comunidades indígenas en particular, a saber: i. La producción de significados compartidos, elaborándose *sentido común*, desde una intencionalidad con propia temporalidad pública y contextual; ii. La capacidad de generar acciones coordinadas –de tipo informacionales, afectivas y simbólicas–, donde los interlocutores coordinan sus líneas de acción convergentes y disidentes, expresiones lingüísticas y para-lingüísticas, formalidades/informalidades, y estatus; iii. El sentido tiene particularidades acá, desde lo que se definen conductas colectivas vinculantes a funciones referenciales y sentidas; y, iv. La especificidad cultural de la comunicación, que se refiere a la instalación de un sistema de recursos para elaborar sentido compartido y organizar la acción coordinada, en tanto conducta pública. En este orden, se puede considerar una forma de la expresión de esta dinámica la interacción actor-entorno propuesta por Goffman (1991, 1997). De esta forma, según lo descrito, los actores sociales participan en un sistema culturalmente codificado, que se regula por la emisión-recepción de información pertinente. De acuerdo a la pre-existencia de reglas de la interacción, se expresa el cumplimiento de roles de personas (conformada por el lenguaje, lo lingüístico y lo para-lingüístico) en un medio (contexto que involucra la inscripción de un "lugar" de realización) y un ámbito social que modula las expectativas y vida en su sintonía cotidiana.

Los estudios actuales sobre los discursos mediáticos conciertan en connotar la necesidad de comprender el *contenido manifiesto* en los contextos comunicativos y las comunidades de habla (Gunter 2000; McCombs, Shaw & Weaver 2014). En este sentido, la principal influencia de los medios de masa es condicionante –y no determinante– de los elementos de comprensión en la audiencia. Opera sobre los mensajes en los grupos, y su elaboración pública. Siguiendo el modelo de difusión cíclica propuesto por Schramm (1969), en tal fenómeno se comprende que el comunicador (editora, radio, etc) envía mensajes idénticos, a través de un medio apropiado, en tanto que los receptores son individuos con capacidad de decodificar, interpretar, retransmitir y discutir la información con su grupo de referencia. Lo que resulta es una reinterpretación y (re)producción de una opinión de grupo. Y, eventualmente, una acción comunicacional de retorno (feedback) que alimenta el diálogo público con el órgano emisor, y con (en) la sociedad (Beltrao 2016).

Sobre esta base, se incorporan los aportes de Lazarsfeld que, desde el caso eleccionario en Estados Unidos, emprenden una reflexión metodológica, referente a la relación entre la decisión personal, la formación de la opinión pública y el rol de los medios de masa (Lazarsfeld & Merton 1977; Lazarsfeld, Bereslson & Gaudet 1962). Lazarsfeld en diferentes trabajos observa que, desde un enfoque de interacción inicial, se deriva en la proposición de un modelo de flujo de comunicación en dos etapas (Lazarsfeld 1947, 1957). Es decir, desde los medios a los actores referentes y, desde ellos, a sus unidades colectivas (in)mediatas. Se suman acá los aportes de Merton (1949), quien indaga en torno a los tipos de influencia interpersonal en las comunicaciones

de la comunidad. Específicamente, el *modelo mertoniano* comprendió dos etapas de comunicación. Para ello, atiende a los siguientes supuestos: 1) influencia de otras personas en decisiones específicas, que se ponderan respecto de los medios propiamente; 2) se da los roles de los "influenciadores" y los "influenciados" que mantienen relaciones próximas, compartiendo generalmente las mismas características de situación social; 3) estos actores reunidos por relaciones próximas tienden a elaborar opiniones y actitudes comunes desde lo que establecen consensos de grupo; 4) se da la especialización del liderazgo de opinión, conforme a campos específicos de naturaleza temática; 5) siguiendo un orden jerárquico de los más interesados a los menos interesados, existe un mínimo de interés que posibilita la pertenencia a un grupo de influencia y susceptibilidad: y, 6) se formulan líderes de opinión y esferas de influencia, que se manifiestan ante los medios de comunicación masivos (Beltrao 2016).

Implícito en lo anterior, el modelo del líder de opinión permitió identificar al sistema comunicativo de facto. Éste explicó el problema de la *transposición de mensajes* de un sistema de comunicación a otro. En tanto punto de partida para la identificación y análisis de los agentes del proceso comunicativo, y su correlato en corrientes paralelas de mensajes, se define por su atención a los ejes cotidianos de expresión. Importa ahí el intercambio de ideas y las tentativas de elaboración de lo común y cotidiano. Esta figura estableció una inclinación a exponerse a flujos de comunicación, incidiendo en situaciones en que se manifiesta la interacción directa del medio con la audiencia, según su propiedad de personificación de intereses específicos y manejo de las actitudes/códigos de sus contingentes referenciales, alcanzando posiciones de competencia temática, con aptitudes extrovertidas y de acceso a informaciones relevantes provenientes de fuera de sus circuitos inmediatos, sea desde el modelo de "dos etapas" o, como se sostiene actualmente, "múltiples etapas", incorporando interpretaciones. Visto así, este actor desde un rol de audiencia puede convertirse en comunicador para una audiencia próxima a sus intereses e inmediatamente conocida, ante lo que incorpora vehículos comunicacionales pertinentes. Su correlato es una audiencia activa, entendida como colectividad que elabora elementos sintácticos en torno a los actos de recibir, interpretar y reconstruir los mensajes desde la agencia social de reglas, términos y expresiones, para establecer, fáctica o imaginariamente, una experiencia común y segmentariamente codificada.

Acá es relevante la propuesta de *Folkcomunicación* de Beltrao (2016). Ésta se refiere a los procesos de intercambio de información, percepción y representaciones en la formulación de campos sociales codificados, que posibilitan la reproducción de la diferenciación cultural, y la alterización ante la sociedad mayor. En un contexto de hegemonización, marginalización y globalización de grupos específicos, estos campos facultan la auto-representación oclusiva de los actores. Según la generación de estrategias mediáticas alternativas que se complementan y/o contraponen con los medios de comunicación establecidos (prensa, radio y/o TV), cabe reconocer la complejidad del fenómeno, y la influencia de factores contextuales, que establecen procesos de interpretación y re-interpretación que van más allá del modelo "feed back", y sobrepasan la lectura individual y aditiva (Marques de Melo, s/f). Aquí, se manifiestan como relevantes las dinámicas estructurales y contextuales de los grupos. En este orden, el fenómeno comunicativo se media por elementos normativos, y re/produce elementos latentes de cohesión y/o diferenciación, comprendiendo a las colectividades como entidades en constante dinámica de cambio y continuidad. Este fenómeno comprende la interacción de diferentes dimensiones, siendo relevante el plano institucional en la formulación de la acción colectiva en criterio folk.

En este enfoque, se entiende que en la esfera cotidiana se expresa la co-existencia de procesos de comunicación masiva. Basados en la afinidad individual con fenómenos de comunicación, y soportados en la coherencia con las dinámicas institucionales y organizativas de grupos específicos, se generan comunidades comunicativas orientadas por su codificación común y sociocultural de la actualidad. Esta última manifestación responde a un continuum simbólico y corporativo. De acuerdo a su configuración, se muestran los actores como vehículos de comunicación popular. Codificado en un (sub)campo, se hace menester la indagación sobre las unidades (bi)polares y multi-polares en interacción y su naturaleza –sea individual y/o colectiva– (figura 4.3).

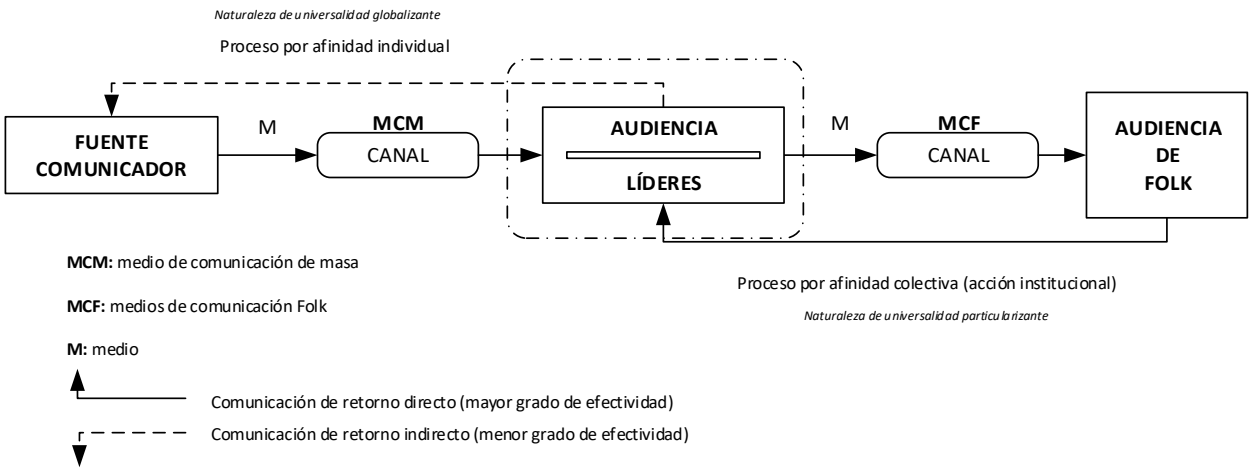


Figura 4.3. Modelo de *Folkcomunicación*
Fuente: Adaptado desde Beltrão (2016)

En este campo específico de relaciones, juega un rol especial el comunicador folk. Éste tiene la facultad de codificar y traducir un mensaje a nivel del entendimiento de su audiencia. A su vez, una audiencia folk se encuentra constituida por relaciones de subalternidad en situación de colonización e invisibilización, que constituyen la elaboración de círculos tendientes a cerrarse sobre sí mismos, según la (re)producción de sistemas de valores, conceptos y esquemas habituales de valorización y proyección ante la sociedad (Gupta y Ferguson 2001). En este sentido, cualquier apuesta a la reformulación y/o innovación de sus bases, pasa por una necesaria traducción ante los lenguajes de sus modos de vida, o sea, de su cultura. Conforme a sus sistemas de percepción, sus necesidades y aspiraciones, aquello comprende una racionalidad específica, en el sentido de manifestarse como un entendimiento codificado en cosmogonías, justificaciones y la elaboración de estrategias para (re)formular a través de los medios de expresión modos pertinentes a sus propias dinámicas colectivas.

Respondiendo a la figura del líder de opinión, este comunicador folk emplea técnicas codificadas al campo de su influencia. Adoptando elementos diferenciadores, su rol conlleva: 1) cierto prestigio en la comunidad por su manejo temático específico, más allá de la posición social o socioeconómica que ocupe; 2) exposición intensa a los mensajes del sistema comunicacional global, participando como audiencia, y sintetizando tales contenidos en coherencia con las ideas, principios y normas de su grupo; 3) contacto fluido y relativamente intenso con fuentes externas autorizadas, con las que discute y/o complementa información; 4) relativamente alta movilidad intra y extra grupal, capitalizando contactos e intercambiando conocimientos; y, 5) fijación de concepciones ideológicas y filosóficas, en invocación a creencias y costumbres de su grupo cultural de referencia, iterando en su actualización y/o transformación ante la incorporación de ideas e innovaciones. En un escenario de elasticidad en su identificación, estos líderes de opinión, en tanto agentes comunicadores, cuentan con legitimidad/credibilidad, e influencian, de manera consciente o inconsciente, a la opinión pública, por su connotación en el proceso de procesamiento colectivo de información; lo que pueden correlacionarse (o no) con agentes que surgen en esferas paralelas de corte política, cultural, y/o socioeconómica. En este sentido, los públicos del sistema de folkcomunicación responden a posiciones subalternas y/o de marginalización en el sistema de comunicación formal. Desde el Estado y la sociedad más general se les trata como elementos aditivos a representaciones y/o estereotipos exógenos, lo que los hace exponerse a elementos de discriminación y/o de negociación cultural en torno al reconocimiento de una matriz propia de elementos de auto-comprensión, que adopta y ecualiza la reproducción de una diferenciación cultural en su sustrato. En este orden, Beltrao (2016), en la noción de tipo ideal weberiano, propone una distinción a la audiencia de folkcomunicación según tres entidades: 1) *grupos rurales marginalizados*, según la vivencia de aislamiento geográfico, pauperización socioeconómica de sus territorios y baja escolaridad; 2) *grupos urbanos marginalizados*, comprendidos por individuos de clases sociales bajas y en posiciones de subalternidad, y con restringidos accesos a elementos de bienestar general; y, 3) *grupos*

culturalmente marginalizados, sean urbanos o rurales, que responden de manera activa a los principios desiguales de la estructura social vigente, lo que puede derivar en procesos de etnicidad.

Con anclaje en lo mencionado, se estima que al fenómeno en análisis referido a los espacios de agenda pública indígenas en medios radiales, acorde a estrategias comunicativas y de contenido, discursos socioculturales y de etnicidad, es posible comprenderlo en las nociones propuestas por Beltrão (2016) de grupos culturalmente marginalizados en su referencia al contexto de la ciudad de Arica, y de grupos rurales marginalizados de acuerdo a los espacios de los pueblos del interior de la Región de Arica y Parinacota. Del mismo modo, considerando la elaboración de información culturalmente codificada, siguiendo a Hymes (1995) es posible advertir *comunidades comunicativas*, en la medida de que son entidades activas de escucha y formulación de lo público mediáticamente, elaborando espacios de (re)producción de su sentido de mundo. En la deriva de comunidades de habla de Hymes (1995, 1996), se establecen estas entidades comunicacionales mediante relaciones de proximidad, parentesco y/o afinidad socio-territorial con un pueblo y/o adscripción indígena específica asociada, con manifestación en los medios de comunicación, definida por comportamientos y preferencias específicas.

5. MARCO METODOLÓGICO

En el presente capítulo, se expone el diseño metodológico seguido por el estudio. Particularmente, se describen el enfoque, métodos y técnicas que se aplicaron para derivar en los resultados obtenidos.

5.1 TIPO DE ESTUDIO Y ORIENTACIÓN PARADIGMÁTICA

En función a un estudio de tipo descriptivo con un enfoque mixto, la propuesta tuvo como propósito *comprender los espacios de (re)producción de agenda pública indígena en los medios radiales, caracterizando la elaboración de estrategias comunicativas de acuerdo a sus actores (referenciales/referidos), sus discursos socioculturales y las dimensiones de etnicidad en la ciudad de Arica*. Para esto, consideró un abordaje temático, de acuerdo a la propuesta de Braun & Clarke (2006), que permitió indagar en los temas y sus patrones semánticos (Vaismoradi, Turunen & Bondas 2013). En este orden, se incorporó de fundamento el enfoque de etnografía comunicativa (Hymes 1996; Saville-Troike 2003), para abordar la organización del sistema comunicativo, sus prácticas, interacciones y significados, desde sus dimensiones de pluralismo informativo estructural, interno y externo. Con esto, fue factible atender los niveles de sociedad, grupal e individual desde los que se expresa la complejidad fenomenológica del objeto de análisis (Denzin 1978; Gunter 2000).

En este contexto, analizando los ejes externos, estructural e internos de pluralismo informativo, se entiende al fenómeno comunicativo por su comprensión en unidades de significados intrínsecos y masivos que atribuyen relaciones de causalidad en base a su entorno de acción colectiva, desde la experiencia y perspectiva inductiva que elaboran los actores concretos en un sistema de relaciones sociales (Figura 2.1). Asimismo, por pluralismo informativo se define a la expresión de la diversidad sociocultural, étnica, política religiosa o de identidad de género, de acuerdo al art. 3 de la Ley Nº 19.733 (2001). [1]

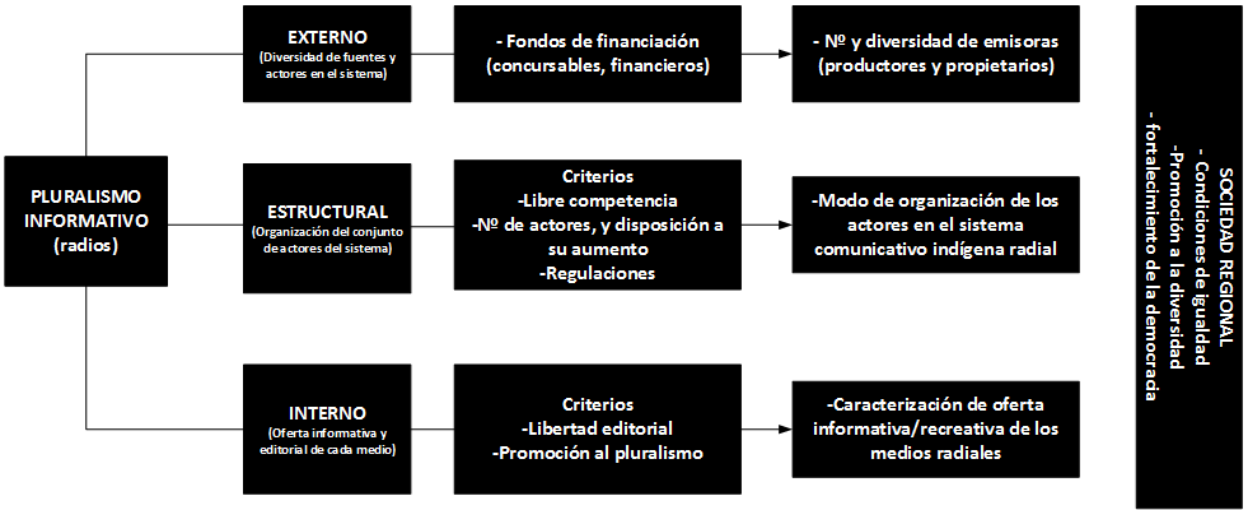


Figura 2.1. Modelo analítico general de abordaje del pluralismo informativo
Fuente: elaboración propia en base a la propuesta de Zárate (2016)

Conforme a lo mencionado, se definió la unidad de observación según parámetros de producción y consumo medial, considerando como entidad principal a la ciudad de Arica, aplicándose un enfoque etnográfico comunicativo de tipo multi-situado y de caso extendido (Hymes 1995, 1996; Saille-Troike 2003; Travancas 2005), y el modelo de folkcomunicación (Beltrão 2016; Castelo 2005; Carvalho 2005; Sabbatini & Maciel

[1] URL: https://www.leychile.cl/Navegar?idNorma=186049

2011). Como unidades de análisis, se abordaron las dinámicas comunitarias indígenas e individuales; acorde a la elaboración de estrategias comunicativas. Referidas a los contextos definidos por tal diferenciación cultural en el esquema regional, en torno a ésto se edifica un modelo comunicativo de tipo *folk*, fundamentado por dimensiones socioculturales. En estas coordenadas, se distinguió a una comunidad de comunicación, configurada en tres figuras centrales de un modelo comunicativo afecto a dimensiones de tiempo/espacio, desde los que se produjo y clasificó la información: directores de radios, locutores y audiencia.

5.2 MUESTREO Y CASOS ESTUDIADOS

a) Muestreo teórico

En una primera fase, luego de un catastro de radios en la ciudad de Arica y el entorno regional, que buscó sondear el pluralismo informativo externo sobre temas indígenas (según la pluralidad de fuentes de información y de actores relacionados en tanto productores y propietarios). Con tal esquema, se realizó un *muestreo no-probabilístico de tipo estructural representativo*[2] del sistema comunicativo de radios con concesión[3] FM, asumiendo como criterio de inclusión el contar con contenido indígena en la formulación de la oferta informativa.[4] Esto, para abordar el pluralismo estructural, referido al modo de organización de los actores en el sistema comunicativo *ad hoc* de radios indígenas[5]. En este orden, se complementó la documentación de casos con los del ámbito rural y de altitud en el área de ocupación histórica indígena, con afán de comparabilidad, y triangulación, considerada la situación (trans)fronteriza de Arica.

Según lo mencionado, se abordó la identificación de un conjunto de programas radiales que tienen como centro la diversidad cultural alter-centrada[6], para analizar el pluralismo interno en el sistema comunicativo, según se revise la oferta de mensajes informativos/recreativos y editoriales de los medios.

Para abordar la producción de contenido en medios radiales (de entidades formalizadas y comunitarias informales) en la ciudad de Arica, se siguió el criterio de saturación teórica del constructo central, y sus derivadas analíticas elaboradas fenomenológicamente de acuerdo a los roles en el sistema comunicativo (dirección, locución y audiencia). En este plano, se entrevistó a un total de 61 personas, con una edad mínima de 27 años y máxima de 78 años, de acuerdo a un promedio general de 54 años (Figuras 2.4, 2.5 y 2.6).

---

[2] Para estos efectos, se ha seguido el procedimiento propuesto por Glaser & Strauss (1967).

[3] Esta definición de acuerdo al catastro de concesiones de servicios de radiodifusión sonora provista por la Subsecretaría de Telecomunicaciones.

[4] En este criterio, se ha incorporado como excepción la Radio La Voz, radio parlante que opera en el interior del ASOAGRO, espacio urbano de venta de verdura y productos, reconocido como espacio de escucha indígena y de realización de un conjunto de prácticas comunitarias. Asimismo, se advierte que existen expresiones en otros formatos comunicativos radiales (como radios online, y comunitarias sin concesión) a las que, por procedimiento operacional, no se consideró en este estudio, atendiendo al seguimiento de determinados parámetros asociados a los procesos de mediano y largo plazo de constitución de una agenda mediática vinculante con comunidades comunicativas indígenas, conforme a la hipótesis de trabajo.

[5] Por radios indígenas se define a las radios que en su administración concesionaria y/o línea editorial definen como objetivo principal a un público objetivo adscrito a pueblos originarios. En torno a éstas puede existir una oferta informativa orientada a público indígena o no; del mismo modo, en radios clasificables como no indígenas, según el mismo criterio, pueden comprenderse programas radiales indígenas. Este parámetro sirvió como factor de operacionalización de las unidades de observación y el seguimiento etnográfico subsecuente.

[6] Concerniente a un universo relacional, sostenido más allá del énfasis ego-céntrico, para situarse en la perspectiva del "otro" y su construcción inter-subjetiva, así como alter-centrada de la realidad social (Pina-Cabral 2014).

Rol en el sistema comunicativo		Género de adscripción		Total
		Masculino	Femenino	
Urbano	Director/a	9	2	11
	Locutor/a	13	7	20
	Audiencia	13	6	19
Rural	Director/a	3	0	3
	Locutor/a	2	1	3
	Audiencia	3	2	5
Total		43	18	61

Figura 2.4. Número de casos entrevistados
Fuente: elaboración propia

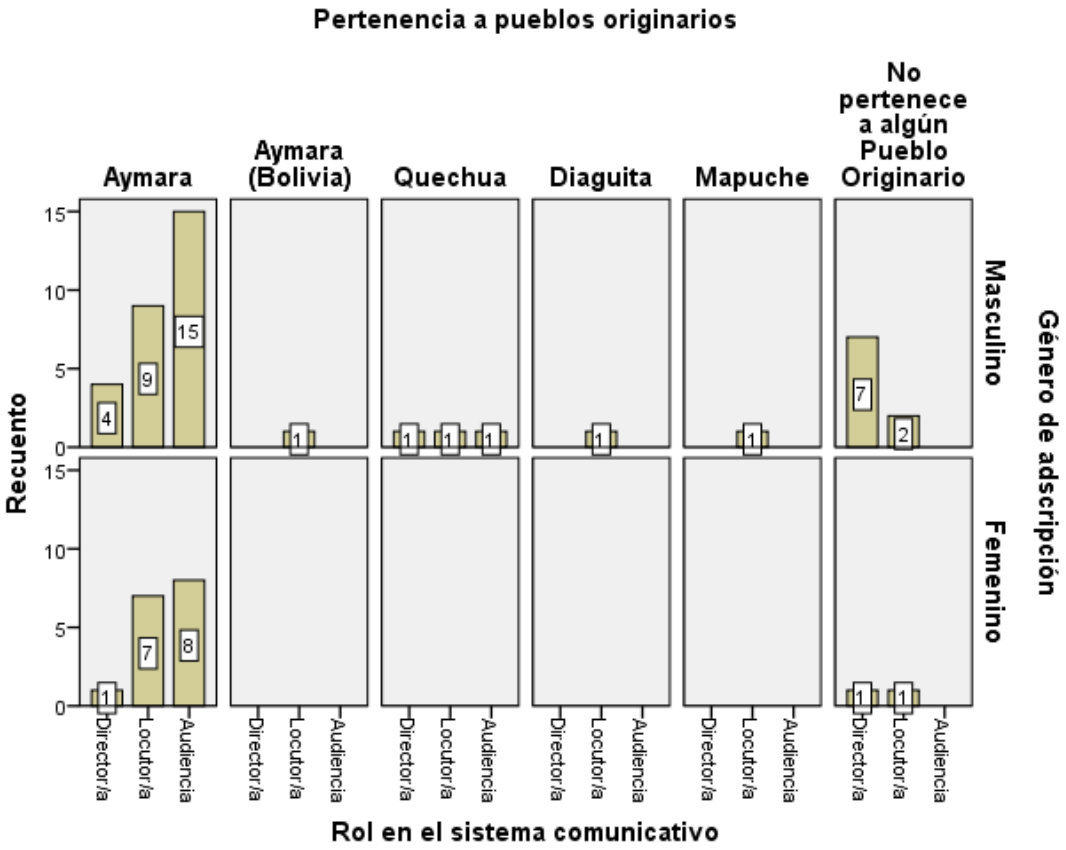


Figura 2.5. Adscripción a pueblos originarios según género y roles en la muestra teórica
Fuente: elaboración propia

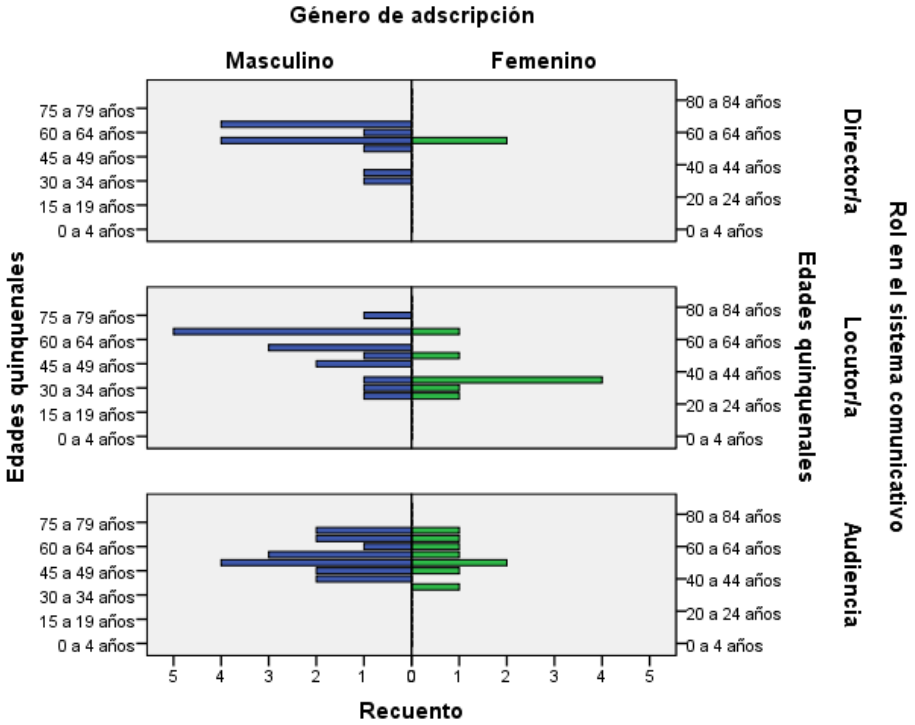


Figura 2.6. Edades quinquenales de directores, locutores y audiencia
Fuente: elaboración propia

b) Muestreo probabilístico

Complementario al diseño investigativo de tipo cualitativo, se diseñó y aplicó una encuesta online de sondeo.[7] De esta manera, el instrumento buscó medir el comportamiento y preferencias en el consumo medial de la audiencia de radios en la región de Arica y Parinacota.[8]

DIMENSIONES	DEFINICIÓN OPERACIONAL
1. Comportamiento	Se refiere a las conductas declaradas por los actores referentes al consumo de radios en específico, y de medios masivos en general
2. Preferencias	Se refiere a la tendencia subjetiva de los actores respecto de su consumo medial en radio
3. Perfil demográfico	Se refiere a las características sociodemográficas básicas de los actores.

Figura. Dimensiones de medición en encuesta online
Fuente: elaboración propia

Aquí, se entiende por audiencia al conjunto de actores que recepcionan e interactúan con los contenidos que produce un medio de comunicación social, conforme a un consumo de información y/o recreación en el tiempo y espacio, expresado en comportamientos y preferencias públicas y privadas (Habermas 1994).

Para estos efectos, se estimó una muestra aleatoria simple de 119 casos desde los datos preliminares del Censo de población y vivienda del año 2017, referente a la Región de Arica y Parinacota (población total de 224.548 habitantes comprendidos en 74.078 viviendas) (Figuras 2.7, y 2.8).[9]

[7] Como producto asociativo, se estimó necesario prospectar elementos de comportamientos y preferencias de las audiencias de radios, con lo que se complemente la información producida vía entrevistas semi-estructuradas y la sistematización de la observación participante y directa con los casos en estudio. Para estos efectos, se siguieron las recomendaciones propuestas por Babbie (2010), Biemer et al. (2004), Blumer, Gibbs & Hyman (2010), y Fricke (2005).
[8] La encuesta online tiene el siguiente link: https://t.co/mQe8wAxU9Q
[9] Los supuestos asociados a este universo son que cada individuo cuenta con igual posibilidad de acceder al instrumento según la universalidad del internet que asciende teóricamente, a lo menos, a dos tercios probables, así como que cuenta con residencia en la

DISEÑO	Cuantitativo: encuesta de percepción online sobre comportamiento y preferencias en radios locales, concesión FM.
POBLACIÓN OBJETIVO	Hombres y mujeres de 18 años y más, residentes de la región de Arica y Parinacota el año 2017 con acceso a internet, que escuchan o han escuchado radios locales.
INSTRUMENTO	Cuestionario estructurado, compuesto por preguntas cerradas de carácter simple y múltiple breve. Tipo CAWI (*Computer Aided Web Interviewing*), autoejecutable. Se evaluó a través de *Alpha de Cronbach* su consistencia interna.
FECHA DE TRABAJO DE CAMPO	Inicio: 3.11.17; Término: 30.11.17; días efectivos: 27; encuestas efectivamente contestadas: 119
MARCO MUESTRAL	Potencial audiencia de radios y programas radiales locales en la región de Arica y Parinacota.
TIPO DE MUESTREO	Muestreo probabilístico para poblaciones finitas, aleatorio simple, con reemplazos.
TAMAÑO DE MUESTRA	119
ERROR MUESTRAL*	Error absoluto de +- 9% bajo el supuesto de muestreo aleatorio simple (MAS), para una proporción de 50%, a nivel de confianza de 95%. (margen de error ideal es de 3%)
FACTOR DE EXPANSIÓN[11] Y PONDERACIÓN DE LA MUESTRA	Calculado a partir de las probabilidades de selección aleatorio simple, el ajuste de no respuesta. Para los ajustes de no respuesta, se utilizan las técnicas de propensity score y ranking.
TASA DE RESPUESTA Y RECHAZO * Código AAPOR American Association for Public Opinion	Tasa de respuesta (RR1): **74, 6%**; Tasa de rechazo (RFF1): **11.1%**.

Figura 2.7. Parámetros metodológicos del muestreo aleatorio, y aplicación de instrumento de encuesta.
Fuente: elaboración propia

$$\frac{N*(\alpha_c*0{,}5)^2}{1+(e^2*(N-1))}=$$

Figura 2.8. Fórmula de tamaño de la muestra
Donde, α_c *es valor de nivel de confianza, y* e^2 *es margen de error*
Fuente: Vivanco (2005, 2006)

Según la encuesta prospectiva aplicada, se tiene un perfil demográfico en el parámetro de la población regional, atendiendo a las cohortes consideradas y sus cualificaciones (según los registros censales históricos). De este modo, se tiene en la muestra una edad media de 44 años, con una distribución relativamente normal de edades (Figura 2.8).

región, sea en viviendas colectivas y/o individuales. En este orden, según la VII Encuesta de acceso, usos y usuarios de internet, el año 2015 se observa que en los hogares de Chile el acceso a internet asciende a 71,6%, manteniéndose una brecha urbana/rural de 74,2% y 55,6%, respectivamente. Considerando un margen de error por región relativamente alto (+-8), se nota como referencia para la zona norte (Arica a Coquimbo) que se da una penetración de internet en los hogares del 75%.

[10] Estableciendo un margen de error relativamente alto (+-9) para hacer análisis a nivel regional, se presentan los resultados de la encuesta a modo de referencia, y complemento a lo central de carácter cualitativo.

[11] Se considera como la cantidad de personas en la población que representa una persona en la muestra, y se obtuvo en función al diseño muestral para la selección de casos. Se aplicó a la unidad de persona, utilizando las proyecciones de población por edades y la base de población general 2017 informada de manera preliminar por INE. De esta manera, considerando el modo de aplicación de la encuesta, no se consideró como base la información de hogares del marco maestro muestral INE.

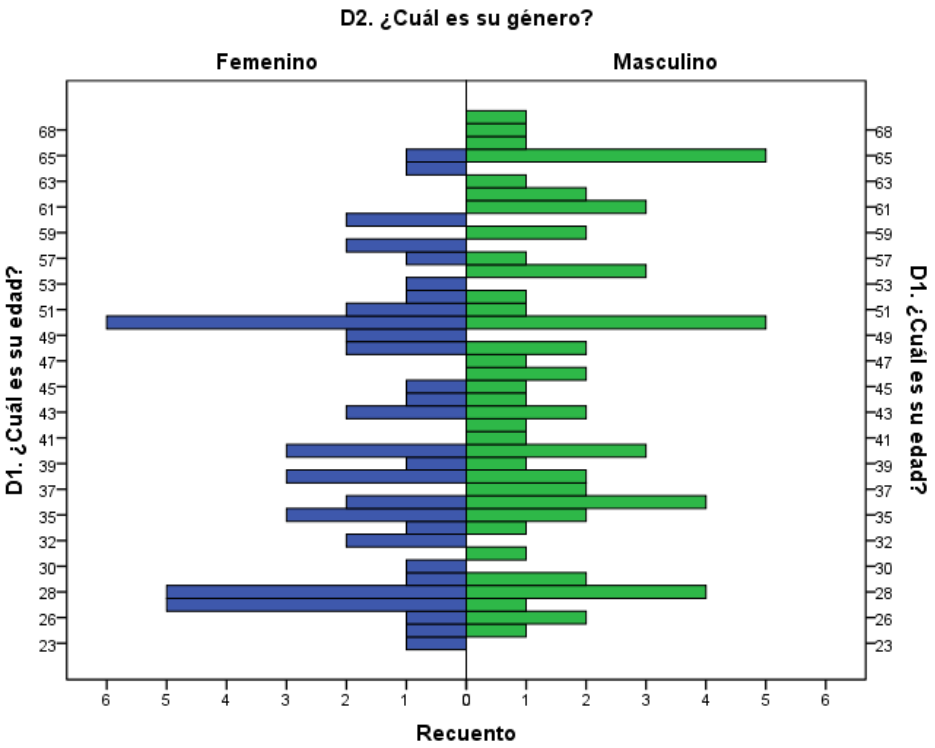


Figura 2.8. Estructura de edades de la muestra según dimensión de género
** En el instrumento se ha dispuesto una tercera opción en la figura de "otro", que no tuvo frecuencias, por lo cual se ha excluido, para efectos figurativos.
Fuente: Encuesta PLU160025

Conforme a la dimensión indígena declarada, se observa una distribución relativamente similar al entorno regional, teniendo prevalencia el caso de adscripción aymara (23,53%), mapuche (2,52%) y quechua (1,68%). A este esquema se asocia el pueblo tribal afrodescendiente (3,36%), y un segmento amplio de quienes no se reconocen en las dimensiones indígenas anteriores (68,07%) (Figuras 2.9 y 2.10).

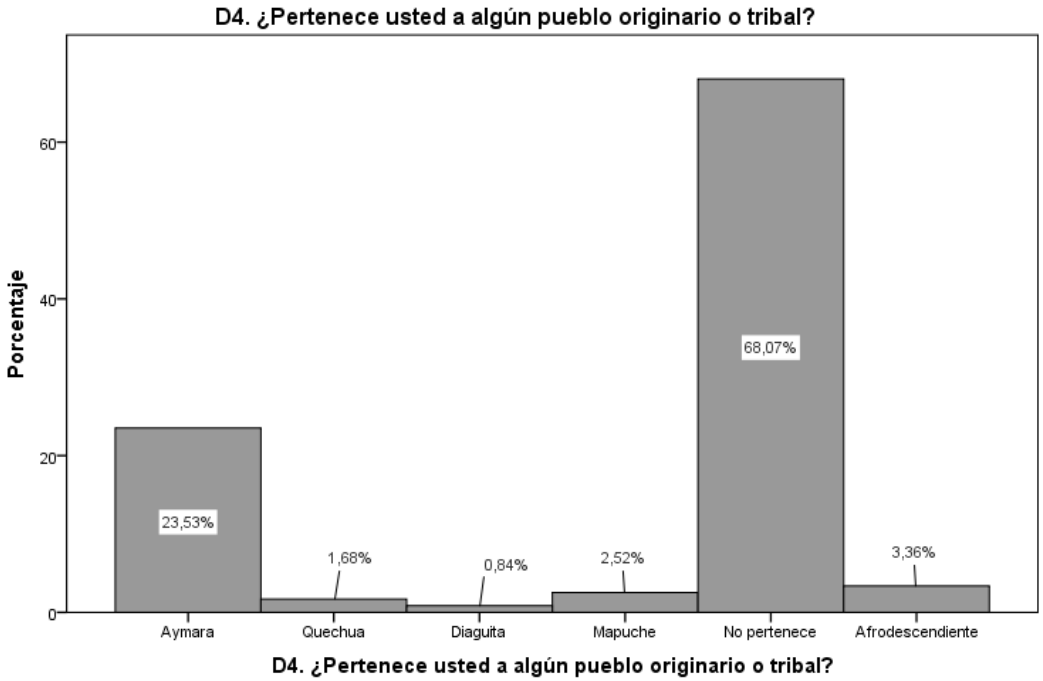


Figura 2.9. Pertenencia a pueblos originarios o tribales en la muestra (%) (según Ley Nº 19.253 y C169 OIT)
Fuente: Encuesta PLU160025

PERTENENCIA A PUEBLO ORIGINARIO O TRIBAL	GÉNERO		TOTAL
	Masculino	Femenino	
Aymara	13.4	10.1	23.5
Quechua	0.8	0.8	1.6
Mapuche	2.5	0	2.5
Diaguita	0	0.8	0.8
No pertenece	36.1	31.9	68
Afrodescendiente	0.8	2.5	3.3
TOTAL	**53.8**	**46.2**	**100**

Figura 2.10. Adscripción indígena o tribal según distribución de género (%)
Fuente: Encuesta PLU160025

Del mismo modo, se observa una distribución según la variable de género y residencia habitual relativa a la del parámetro censal (2002) (Figura 2.11). Asimismo, por efecto del tipo de aplicación de instrumento (Tipo CAWI), se advierte un alto nivel de escolaridad, en correlación a una distribución de los casos en base a los diferentes niveles de catalogación, y adscripción a género (Figura 2.12).

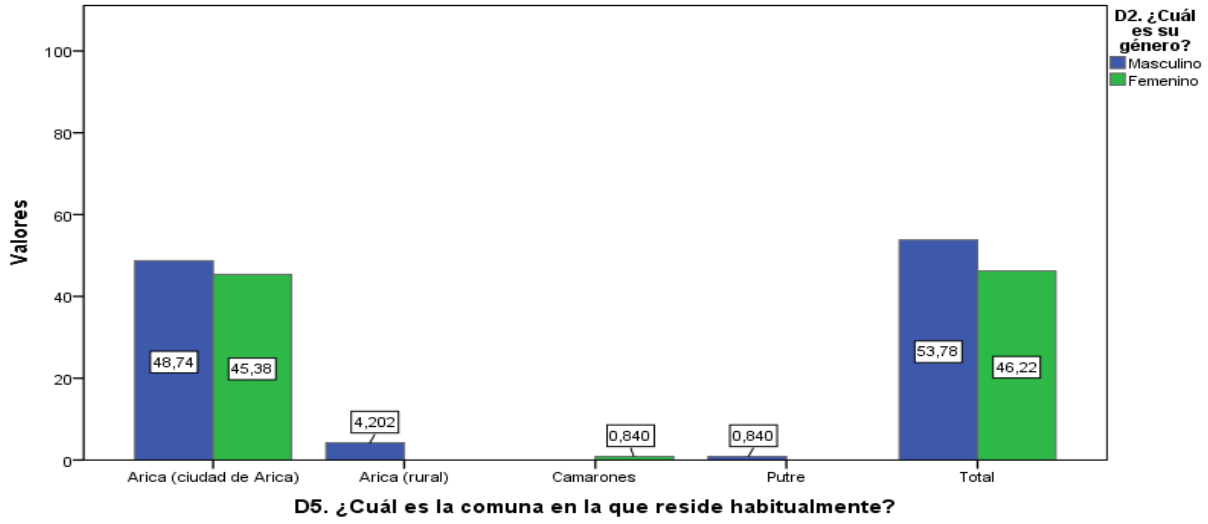


Figura 2.11. Género según comuna que reside habitualmente
Fuente: Encuesta PLU160025

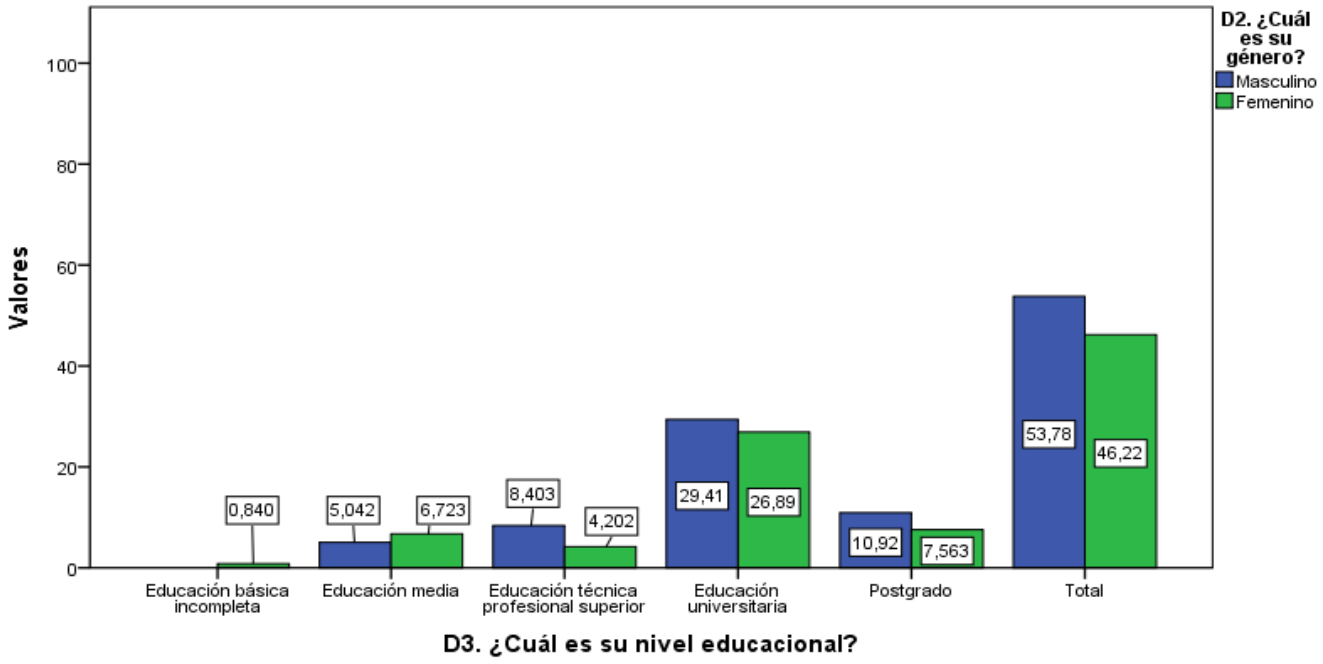


Figura 2.12. Escolaridad en la muestra según género
Fuente: Encuesta PLU160025

Finalmente, por asunto de que la Región se comprende por su cualidad (trans)fronteriza y de alteridad indígena latente, asociada a las dinámicas de suscripción nacional y trans-nacional, se incorporó la dimensión de nacionalidad, manteniendo esta dimensión del mismo modo el parámetro estimable por otros instrumentos aplicados (Figura 2.13).

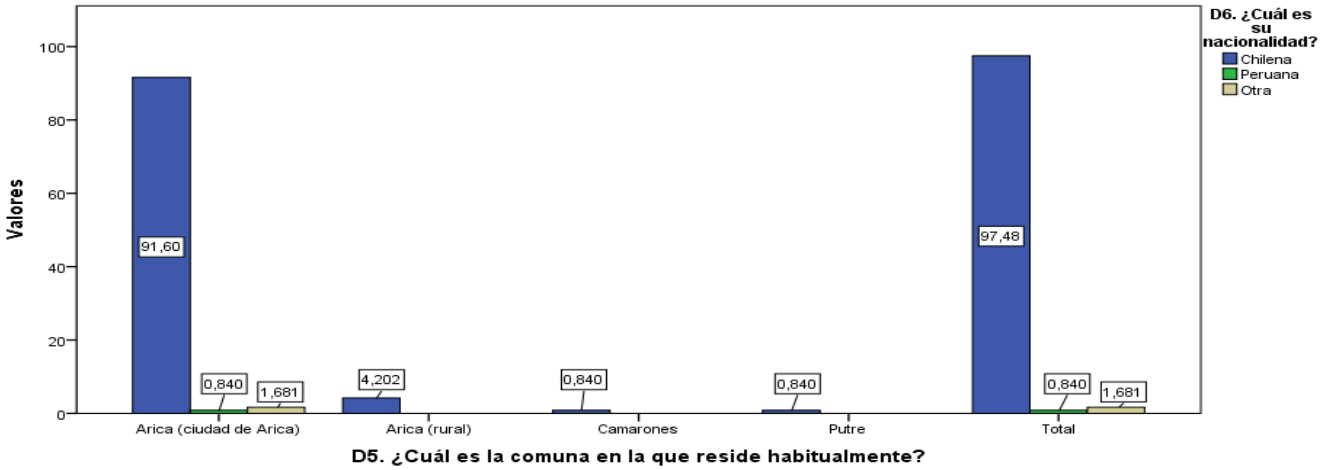


Figura 2.13. Nacionalidad según residencia habitual
Fuente: Encuesta PLU160025

5.3 PRODUCCIÓN DE INFORMACIÓN

Se abordaron fuentes primarias y secundarias sobre el caso de la ciudad de Arica, y el entorno rural de la región de Arica y Parinacota. Esto, en relación a un catastro prospectivo de radios, que comprendió la atención a su modelo de gestión (caracterizado vía modelo CANVAS[12]), su oferta de programas con contenido indígena[13], a través de una ficha tipo de radios, y de programas radiales.[14] Desde este énfasis, se seleccionó a un conjunto de programas al que se le realizó seguimiento como audiencia por cuatro meses (marzo a julio de 2017), atendiendo a la caracterización de su propósito, agenda mediática/pública, y los mecanismos de *feedback* con la audiencia (sea efectiva vía teléfono, y/o por medios TICs en Facebook o Twitter). Complementariamente, se realizó las mismas operaciones con una muestra tipo de programas radiales del sector rural de Arica.

En lo siguiente, se contactó a los actores en las categorías de directores de medios radiales, locutores y audiencia[15], a los que se les realizó una caracterización tipo vía ficha tipo (Figuras 2.14, 2.15 y 2.16). Al respecto, se realizaron entrevistas semi-estructuradas y directivas a los actores productores de contenido medial (directores/locutores), documentando sus contextos significantes y situacionales.

De esta forma, sobre la base del análisis de las entrevistas a directores y locutores, así como al seguimiento de los programas radiales, se identificó a un universo de audiencia, a la que se le realizó entrevistas de sondeo.

---

[12] El modelo CANVAS (Osterwalder 2010), permite caracterizar la gestión de iniciativas privadas, a través de sus recursos/propuesta (propuesta de valor, recursos claves, etc.) y el medio (socio claves, públicos, etc.).

[13] Para estos efectos, según es conceptualizado por el Convenio 169 de la OIT (1989), donde en su art. 1, inciso b), se define como indígena a las personas y colectividades descendientes de poblaciones que habitaron el país o región geográfica en la época de la colonización. En este tenor, se aboga al mismo criterio según el art. 1 de la Ley Nº 19.253 (1993). En este caso, tal escenario se define por la auto-adscripción de los actores a las clasificaciones de ser indígena, y su congruencia con instituciones sociales, culturales y económicas con los esquemas de territorialidad o no en el ámbito regional.

[14] Esta labor fue latente en el proceso investigativo, ya que la emergencia y caducidad de los programas es relativamente alta. Asimismo, su realización. Por ello, se mantuvo observación transversal sobre programas, o elementos mediáticos en radio sobre el constructo en análisis.

[15] Se observa que los testimonios han sido codificados de acuerdo a los parámetros establecidos en la carta de consentimiento informado, con objeto de analizar elementos de rango medio en el fenómeno y resguardar la confidencialidad de los actores. En este criterio, la codificación sigue la siguiente secuencia de identificación: P(x), (y) años, género, y adscripción indígena, donde P(x) es la entrevista en particular realizada al actor, e (y) años es los años cumplidos del mismo al momento de registro.

Por otro lado, se aplicó una encuesta online de caracterización de aspectos complementarios según las dimensiones de preferencias y comportamientos en la audiencia de Arica. Aquello, en el contexto de una muestra elaborada de tipo aleatorio simple, siendo la población objetivo la región de Arica y Parinacota. Al respecto, se elaboró un cuestionario post trabajo etnográfico, considerándose como objetivo describir aspectos básicos del comportamiento y preferencias de la audiencia radial en la región, para apoyar la toma de decisiones a nivel de radios. A este instrumento se le realizó un pre-test de fiabilidad y confianza. Conforme el patrón de respuesta obtenido de una muestra piloto de diez casos, en modalidad de encuesta presencial cara a cara, se obtuvo un alfa de Cronbach de 0.510 que, para el caso, es aceptable[16], en la medida que permite sondear al constructo en análisis. Complementariamente, se realizaron observaciones de campo la comprensión de las preguntas, pertinencia de respuestas, el tiempo de aplicación y la secuencia general.

Posteriormente, se modificó el instrumento en conformidad al constructo en medición. Con esto, se aplicó en formato online en un trabajo de campo que duró entre el 3 a 30 de noviembre de 2017.

Finalmente, las fuentes de información son trianguladas, permitiendo un análisis cruzado.

5.4 TRATAMIENTO

En todos los casos, se elaboró una ficha de caracterización socioeconómica y cultural de los actores, que incorpore una mesura del uso de TICs (Figuras 2.7, 2.8 y 2.9). Complementariamente, se sistematizaron fuentes secundarias producidas por los agentes citados, además de la referida en torno a tales (considerando la inclusión de espacios intermediales, como lo son Facebook, Twitter, entre otros, desde la comprensión del *modelo folk comunicación* de substrato).

En lo siguiente, se trató y sistematizaron las fuentes primarias y secundarias a través de fichas tipo, en torno a las que se realizan bases de datos con información de naturaleza textual, numérica audio-visual y gráfica. La información cualitativa fue transcrita siguiendo las recomendaciones de Skrla (2007) y Davidson (2009), asociando a su "*traducción*" los elementos paralingüísticos con la codificación del mensaje en el entorno de la comunidad comunicacional (sistemas de relaciones y prácticas sociales) en estudio. La información cuantitativa fue transcrita en SPSS 22 y Excel.

[16] Dado el tenor principal de este estudio en términos de conductas y preferencias, no se procuró un énfasis en el particular, por lo que el análisis de confiabilidad parece suficiente en conformidad de esto, aunque habría que perfeccionar el instrumento, en la medida que pueda lograr una mayor puntuación en la consistencia interna de sus ítems (ideal 0.9). No obstante existir instrumentos de medición del constructo a nivel nacional (ei. IPSOS, entre otros), éstos no siempre son pertinentes a escala local. Al respecto, se observa la necesidad de abordar la construcción regional de instrumentos de medición de audiencias en los medios de comunicación social, en conformidad a la realidad local. Esta tarea ha tenido escasa atención, por lo que es posible observar como una experiencia interesante la desarrollada por Carbone, Cousins y del Real (1999), quienes, desde una tesis de pregrado, describen el rol informativo de las radios locales en los valles de Azapa y Lluta, atendiendo a la dimensión folk de la comunicación en este plano.

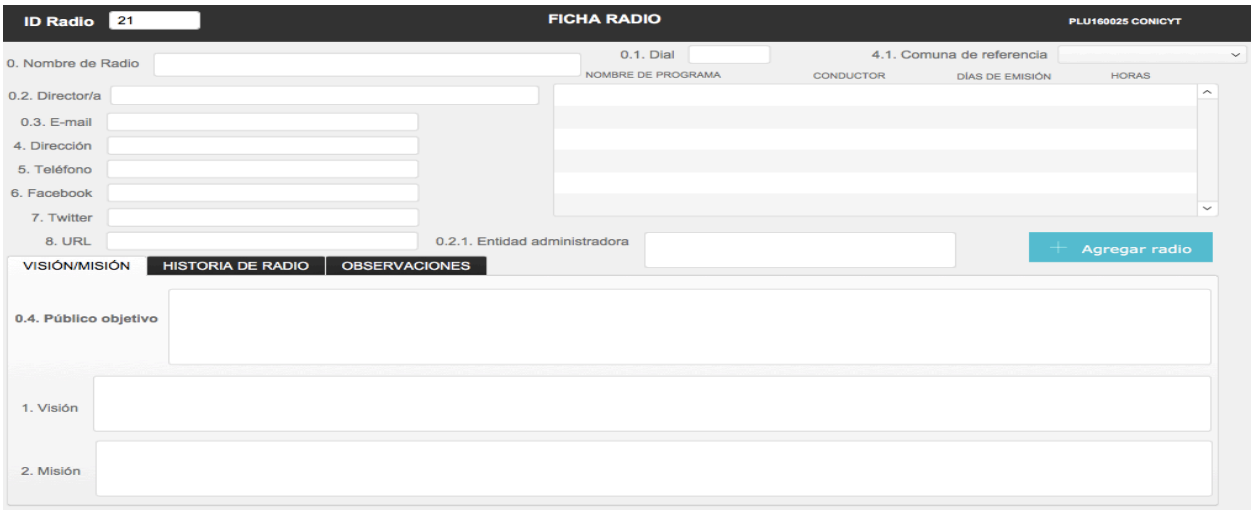


Figura 2.14. Ficha de radios
Fuente: elaboración propia

Ficha 2.15. Ficha de programas radiales
Fuente: elaboración propia

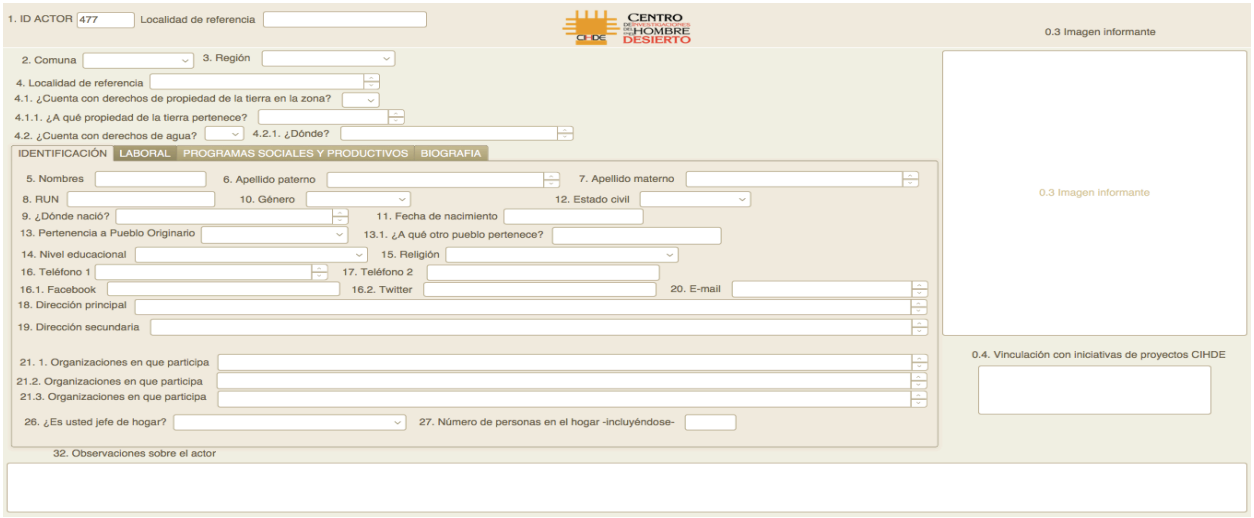


Figura 2.16. Ficha de actor
Fuente: elaboración propia

5.5 ANÁLISIS

Para el análisis de la información de tipo cualitativa, se vació el corpus documental en el software ATLASTI 7, siguiendo el procedimiento de teoría fundamentada (*grounded theory*) (Figura 2.17). En tal orden, esta fase tuvo por objetivo realizar un análisis descriptivo-interpretativo y establecer una propuesta de teoría sustantiva del fenómeno. Para esto, se siguió clasificaciones de 1re[17] y 2do orden, conforme codificación abierta, axial y selectiva.

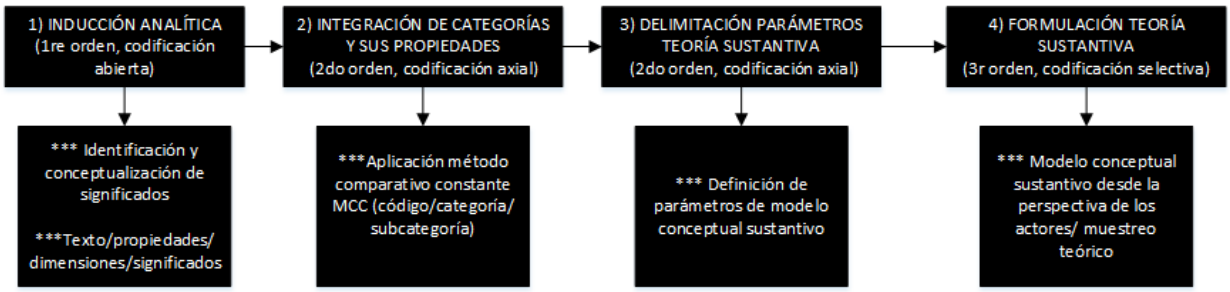


Figura 2.17. Procedimiento de teoría fundamenta
Fuente: elaboración propia

Una vez definido el modelo de teoría sustantiva, se trianguló con el análisis complementario de prejuicio étnico elaborada por Van Dijk (1984). Aquí, se indagó la emergencia de una teoría inductiva desde el campo en torno al área substantiva de estudio, que dé cuenta del conjunto de hipótesis conceptuales enraizadas y contrastadas en los datos provenientes de la problemática principal. En este sentido, se aplicó el criterio de comparabilidad constante no referida a poblaciones, sino que a conceptualizaciones que delimitan patrones de comportamiento y actitudinales asociados a elaboración de agenda pública (Trinidad, Carrero y Soriano 2006).

Sobre este particular, se instaló un análisis interpretativo y sistemático conforme a criterios de muestreo teórico y saturación (en base al criterio de alcanzar el límite de la novedad en el constructo en análisis, y/o el límite empírico de los datos), que faculte la densificación progresiva y la emergencia de la teoría formal (Glaser y Strauss 1967). Consecuentemente, a través de esta actividad, se procesa la transición desde una teoría sustantiva a su formalización, que se orienta la formulación conceptual situada que explique los procesos constituyentes del fenómeno (Figura 2.18).

[17] En este orden, se analizan elementos latentes que, luego, permitieran establecer una coherencia interna respecto del constructo principal en análisis; es decir, la elaboración de la agenda pública indígena y sus espacios de socialización. En este sentido, la codificación tuvo una orientación teórica, asumiendo la revisión del modelo analítico propuesto desde el modelo de folk-comunicación y agenda-setting (Braun & Clarke 2006). Asimismo, asumiendo una reflexividad de campo ante elementos latentes en los casos y contextos, se adicionó un enfoque inductivo en la codificación, a través de comentarios y memos.

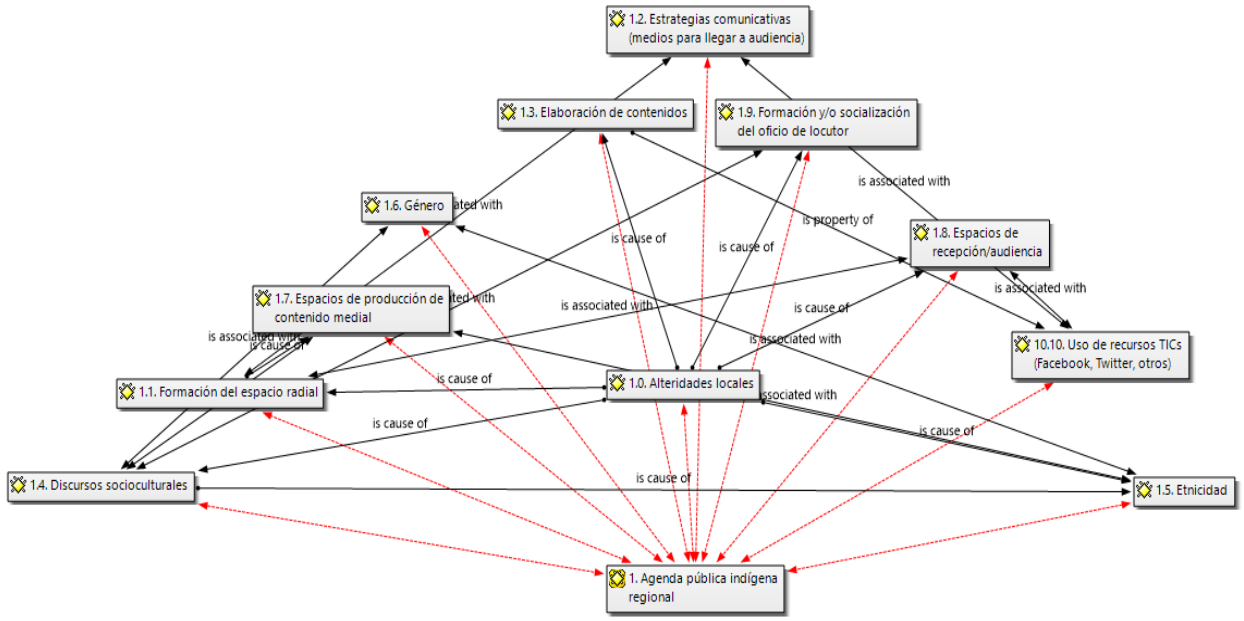


Figura 2.18. Modelo fenomenológico (redes semánticas) elaborado en base a entrevistas realizadas (n=61), modelo sustantivo
Fuente: Elaboración propia

En sentido de lo mencionado, para comprobar el marco teórico, se toma como dimensión sustantiva de análisis al constructo de la agenda mediática y pública indígena[18] (o sea, elaboración de proyectos de sociedad que se incorporan a la discusión sobre los modelos de desarrollo, rol del Estado y el mercado[19]). Al respecto, se advierten los siguientes sub-campos congruentes, a saber: 1) alteridades locales; 2) estrategias comunicativas implementadas; 3) elaboración de contenidos; 4) discursos socioculturales; 5) etnicidad; 6) género; 7) espacios de producción medial; 8) espacios de recepción/audiencia; 9) formación y/o socialización del oficio de locutor; y, 10) uso de recursos TICs (Figura 2.19).

Esto, buscando abordar la agenda pública que configura en el sistema informacional folk, y su naturaleza en la definición de la agenda mediática.[20] Primero desde su tematización, mediante el seguimiento del contenido medial que se formuló en los programas radiales. Luego, atendiendo a la definición de agenda que propone Sánchez (2016), en tanto organización racional del ejercicio público en un contexto temporal, sociocultural y geográfico, que opera a través de la selección, ordenamiento y materialización del poder o influencia para ecualizar actividades y el comportamiento público de grupos específicos de la sociedad. Con esta última conceptualización, se aprehendió una visión de análisis respecto de la racionalidad situacional implícita.

[18] El desafío aquí, estuvo dado por elaborar una narrativa desde la complejidad del fenómeno, instalando una narrativa sustentada en la argumentación que deriva de la comprensión e interpretación de los actores y sus contextos de relaciones.
[19] En otras palabras, se refiere a la organización de temas mediante un conjunto de acontecimientos problemáticos que definen el debate público e intervenciones por parte de agentes públicos, privados y la sociedad civil.
[20] Por agenda mediática se define a la producción de información que, desde una perspectiva, establece interpretaciones de los hechos relevantes para la sociedad y sus agentes, con fines de influir en la agenda pública a través sus individuos y colectividades. De esta forma, de acuerdo al flujo de temas ponderados por el momento de su expresión desde los medios de comunicación, y la recepción de la población referente, actúa en la constitución de la agenda pública (agenda-setting) (McCombs, Shaw & Weaver 2017).

DIMENSIÓN CENTRAL	SUB-DIMENSIONES ANALÍTICAS	ACTORES INCIDENTES				
1. AGENDA PÚBLICA INDÍGENA	1.0. Alteridades locales	1. DIRECTORES RADIOS ARICA	1.1. DIRECTORES RADIOS RURALES	2. LOCUTORES ARICA	2.1. LOCUTORES RURALES	3. AUDIENCIA
	1.1. Formación del espacio radial					
	1.2. Estrategias comunicativas					
	1.3. Elaboración de contenidos					
	1.4. Discursos socioculturales					
	1.5. Etnicidad					
	1.6. Género					
	1.7. Espacios de producción de contenido medial					
	1.8. Espacios de recepción/audiencia					
	1.9. Formación y/o socialización del oficio de locutor					
	1.10. Uso de recursos TICs (Facebook, Twitter, otros)					

Figura 2.19. Esquema analítico, modelo axial
Fuente: Elaboración propia

En tanto, la información cuantitativa producida en la aplicación de cuestionarios de caracterización de actores, fue analizada en SPSS 22, lo que permita describir aspectos socioeconómicos, sociales y culturales de los agentes en el caso y unidad de observación.

Asimismo, conforme la aplicación de sondeo de la encuesta online sobre comportamiento y preferencias de audiencia en radios de Arica y Parinacota, se realiza un análisis estadístico descriptivo de las variables, complementado con uno asociativo a través de Chi-cuadrado.

Finalmente, con la información producida y el seminario desarrollado –en contexto de grupo de discusión[21]–, se realiza una triangulación[22] de los elementos críticos a la problemática estudiada en clave de problema de desarrollo región. Ésta consideró la validación metodológica, entre los investigadores como "actores" y de la información como agentes referentes del fenómeno (Humble 2009). Para esto último, referente al diálogo social desde el estudio y el constructo en análisis, se utilizaron las técnicas de árbol de problema y de objetivos, identificando líneas de acción desde las que imputar recomendaciones para el tratamiento progresivo de la mitigación de brechas de pluralismo informativo interno en radios y pueblos originarios.

5.6 CRITERIOS ÉTICOS SEGUIDOS

Para todos los procesos de documentación del fenómeno se adoptó consentimiento informado. De este modo, en el contexto del formato propuesto por FONDECYT, se abordaron elementos de identificación del proyecto, su fuente de financiación, su responsable, objetivo, confidencialidad y voluntariedad hacia la participación en el estudio.

Asimismo, en todo escenario, se advirtió de manera flexible el diseño y la ejecución de los instrumentos de producción de información, buscando captar la dimensión epistemológica propia de los actores comprendidos en el objeto de análisis, para abordar con correspondiente pertinencia sus contextos y prácticas socioculturales, evitando cualquier violencia de tipo simbólica.

[21] Siguiendo a Ibáñez (1990), este criterio implica emergencia de unidades semánticas a nivel de representaciones, considerado el énfasis de contexto, donde los actores se hallan incorporados en el sistema comunicacional pero no se conocen o escasamente, apelando desde sus experiencias hacia elementos más abstractos de auto-validación y elaboración de la alteridad relativa.

[22] Esta triangulación ha seguido las recomendaciones propuestas por Denzin (2007) para diseños investigativos mixtos en Ciencias Sociales. Abordando la crítica post-positivista de "múltiples" métodos, establece como supuesto que la realidad objetiva no es posible "capturarla", sino que elementos críticos que permitan una interpretación "densa" y fundamenta por la perspectiva de los actores y sus sentidos. Se refiere a la necesidad de hacer converger a diferentes epistemologías abordadas por los instrumentos de producción de información, los actores y los investigadores "como agentes del sistema", para dar cuenta del fenómeno en particular, y su diversidad de perspectivas, conflictos y contradicciones.

5.7 NOTAS DEL TRABAJO DE CAMPO

La relativa dinámica de emisión y término de los programas radiales por su naturaleza en la ciudad de Arica, estableció desafíos especiales para el seguimiento de los mismos, siendo un elemento de anclaje la observación a las radios como un elemento constante que permitiera atender el sistema comunitario más global que incorpora elementos internos, externos y estructurales de pluralismo informativo.

6. RESULTADOS. Pluralismo informativo estructural

En el corriente capítulo, se describe a los agentes, sus modelos de gestión y sus vínculos en el sistema comunicativo radial FM, desde el caso en estudio. Con ello, se releva la formulación del componente indígena en la dimensión de pluralismo informativo estructural.

6.1 ANTECEDENTES DE LA RADIO INDÍGENA Y SU EMERGENCIA EN EL SISTEMA CONCESIONADO

La emergencia de la concesión de radios[1] con carácter de propietarios, o administradores indígenas, está asociada a la de movimientos sociales que, desde fines de la década 1980, a través de descendientes de segunda generación y con mayor escolaridad de pueblos del interior de Arica y de migrantes indígenas de la (trans)frontera, demandaron una participación medial de los pueblos originarios (Figura 6.1).[2] Asimismo, está asociada a la instalación de la etnogubernamentalidad y el multiculturalismo, ensamblados con el retorno a la democracia en Chile, concibiéndose desde un corte neoliberal y socialdemócrata políticas de reconocimiento y discriminación positiva indígena (Boccara 2007; Boccara & Ayala 2012).[3]

Señales radiofónicas emergidas en esta fase son la Radio Andina (1997) y la Radio Frecuencia Tropical (1997/2005/2010). Surgidas desde el flanco privado, éstas han sido entidades privilegiadas en la instalación del mensaje público indígena a nivel local. De acuerdo a la articulación de la codificación cultural de lo informativo y recreativo, han servido estas entidades como espacios de enunciación de hechos vitales, así como organizativos y de sentido del mundo indígena en la ciudad.[4] Observa una actora al respecto que,

---

[1] Esta instalación en la radiofonía trajo consigo la necesidad de la inserción en el "*ethos*" de comunicadores sociales que ya operaban desde mediados del S. XX en la ciudad de Arica, preferentemente. Desde un modelo de comunicación vertical, la experiencia de radio comprendió roles como los de operadores, productores y locutores que tenían una responsabilidad con comunicar a la sociedad local. Este mundo de comunicadores fue relevante en su época por la captación de técnicas y elementos que permitieran perfeccionar los roles en la comunicación radiofónica, sea a través de la modulación oral, el conocimiento del sistema informacional y la formulación de la parrilla programática. Con la venida de las décadas de 1990 y 2000, estas instancias fueron precarizando las condiciones de los comunicadores radiales. En estas condiciones, se insertan comunicadores con suscripción indígena, teniendo que hacer rentable sus alocuciones mediante creatividad financiera y vocación u objetivo de erigirse como líderes de opinión, en el sentido de Lazarsfeld y Merton (1977). Esto, insistiendo en la relación con sus públicos objetivos, asociados a alteridades socioculturales de pueblos del interior y/o de (trans)frontera (Figura 6.1), en la iteración urbano-rural. Antes, en otros procesos macro-regionales del desierto, tuvo esto como paralelo la experiencia de las radios de salitreras y su vocación local de comunicar y reificar una identidad colectiva, que luego se volcó evocativamente.

[2] En este sentido, diferentes actores señalan como relevante para la posterior incursión en sistema radiofónico, la iniciativa de Lino Mamani con un programa radial en la década de 1980, a través de la radio Universidad de Tarapacá, cuando era estudiante de esa entidad. En tal oferta informativa, Lino elaboraba un mensaje para comunidades de los pueblos originarios, siendo para entonces atípico abordar esta materia.

[3] Hasta esta época, no se reconocía las figuras de los derechos humanos de segunda (derechos culturales) ni de tercera generación (derechos territoriales y medio ambientales) mayormente, sino que, solo se comprendían los derechos civiles y sociales, en desconocimiento de figuras colectivas. Como antecedentes internacionales de estas materias, se tiene el Convenio 107 (1957) sobre poblaciones indígenas y tribales, y el subsiguiente Convenio 169 (1989) sobre pueblos originarios y tribales, cuerpos protocolares elaborados por las Naciones Unidas a través de la Organización Internacional del Trabajo, que han buscado incorporar parámetros relacionados a la promoción inclusiva del desarrollo.

[4] La radio andina emerge como una apuesta medial orientada a ecualizar la agenda social indígena, y de servir de soporte para el florecimiento de la etnicidad medial del mundo andino en la comuna de Arica. Por otro lado, desde un origen en la radio internacional administrada por Arrau, el caso de la radio Frecuencia Tropical posteriormente se asocia, a través de un proceso que, desde el enfoque en el mundo popular, deriva en la connotación del mundo musical folclórico, chicha y *sound* en la ciudad de Arica; luego, adscribiéndose a espacios como el épico "Gran Parque Rosedal" y su dimensión urbana y rural de música sincrética que invoca elementos andinos, indígenas trans-nacionales, cumbieros y la trayectoria anclada al devenir de la ciudad de Arica, con la administración de Víctor Núñez Ybaceta (QEPD), y ahora su hija en calidad de directora. Según esto, en la actualidad, se han definido programas vinculados al mundo indígena y recreativo andino.

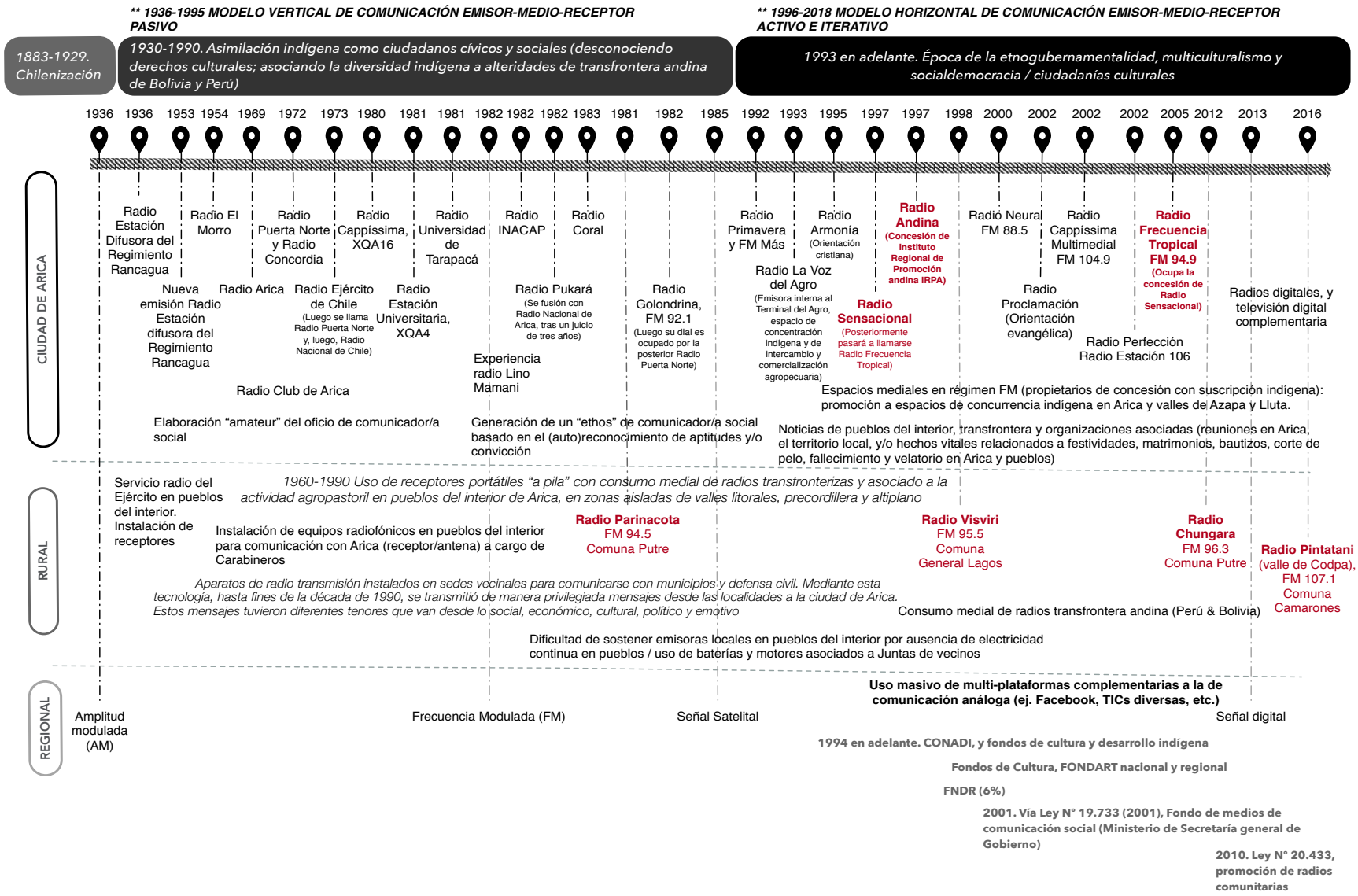


Figura 6.1. Contexto de emergencia de radios indígenas según la trayectoria histórica de la radio en Arica-Parinacota
Fuente: Elaborado a partir de fuentes administrativas, registro de memoria oral y Massa (2017)
** En rojo, concesiones asociadas directamente a propietarios con adscripción indígena (según Ley Nº 19.253)

> (…) yo había organizado antiguamente el del Liceo Politécnico[5] a chiquillos de contabilidad. Después entré a estudiar pedagogía en básica a la universidad. Y bueno, había mucha gente en la carrera que estaba, digamos, concientizando a la gente. Entonces, en ese entonces nosotros fuimos formando como una institución (…) (entrevistada P4, 55 años, femenino, aymara)

Continúa la actora, relatando aspectos de cómo se fue concibiendo la necesidad de tener un medio propio de pueblos originarios,

> (…) antes había una agrupación, y esa era como una escuela. Iban todos los jóvenes a entender un poco qué es lo que significaba el origen de ser indígena, ser aymara. eran personas de la universidad, todos jóvenes. Muchos años, muchos años atrás y ahí los grupos fueron como organizando en consultora digamos, nosotros fuimos una de ellas. Fue la primera en todo caso, la primera consultora que se formó para trabajar en proyectos. Entonces, necesitábamos masificar ésto. Y trabajaba el proyecto de la radio; pero, también en ese entonces con todo el movimiento que hubo, había un servicio de impacto con el futuro gobierno en ese entonces, Patricio Aylwin. Y eso; entonces, surgió la CONADI también en ese entonces era, la CEPI (…) (entrevistada P4, 55 años, femenino, aymara)

A fines de la década de 1980 hasta mediados de la década de 1990, se fueron sumando experiencias en medios sociales al compás de formular una oferta informativa en radios. Aquello estuvo vinculado a una demanda de comunicación con criterios de interés local. Aquí, en el ámbito rural, aparece como una experiencia novedosa la Radio Parinacota en Putre (1982) que, sin tener una orientación indígena en su sustrato, abordó el constructo como público objetivo y territorial, acumulando un conjunto de experiencias que buscaron generar comunicación con interés comunitario y pertinencia cultural.

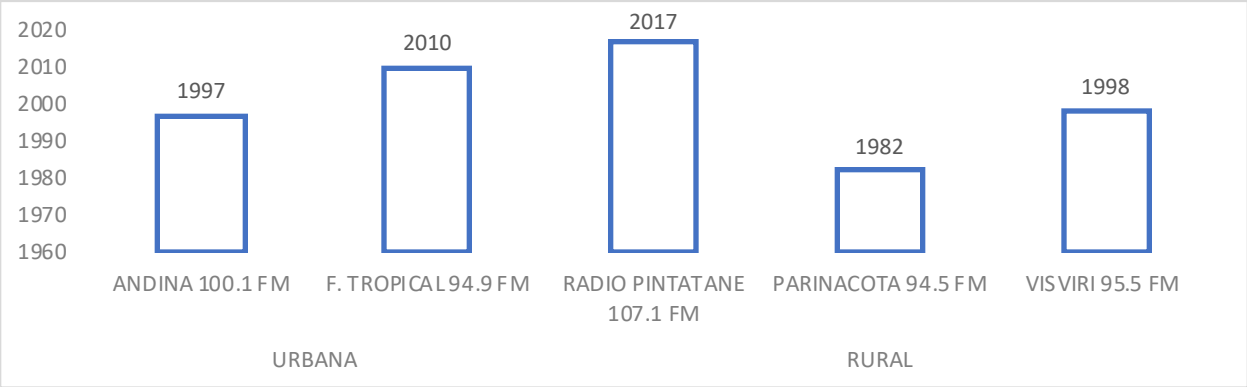


Figura 6.2. Fechas de inauguración de radios indígenas y locales-rurales (territorios ancestrales) representativas en el régimen de concesiones (pluralismo estructural)
Fuente: SUBTEL 2017

Lo anterior deriva de un activismo medial, sea comunitario-comercial o en base a etnicidades con pretensión de cuestionamiento del diseño societal. Esto, asumiendo como diagnóstico la ausencia de una oferta con pertinencia para la comunidad andina local. En estos casos, se procura visibilizar la dimensión indígena y local ante el Estado y la sociedad regional. En el caso de las apuestas comerciales-comunitarias, fueron centrando su atención en la promoción de elementos culturalmente sensibles para sus poblaciones objetivos, mediante música y avisaje atingente a la población indígena referido a cuestiones socioeconómicas, vitales y de organización de eventos/festividades. En el caso de las apuestas por la etnicidad, vieron en estos soportes radiofónicos la posibilidad de fortalecer la lucha por la causa (pan)andina, congruente con las nuevas lecturas

[5] En la ciudad de Arica, espacios formativos técnicos y profesionales como el Liceo Politécnico, el Liceo Comercial y, subsiguiente, la Universidad de Tarapacá, en el período 1980-1999 han sido soporte histórico para la movilidad social de primera generación indígena y para la formación de un corpus crítico indígena sobre el ámbito de derechos, que en algunos casos fue derivando en apuestas de etnicidad, y en la generación de espacios alternativos de convergencia indígena posterior en tanto técnicos y profesionales, así como de comunidades y asociaciones. Estos núcleos fueron agrupando a las diversas alteridades en el constructo indígena y aymara, desde un principio de argumentación sobre la pre-existencia y ancestralidad en la ocupación con el territorio. Esto fue convergente con el Estado y su política local indígena, que en la actualidad se halla demandada por apuestas específicas de alteridades indígenas soportadas en otras catalogaciones y procesos formativos reconocibles.

del fenómeno y la instalación de políticas propositivas hacia lo indígena y el multiculturalismo desde el Estado. Observa una actora al respecto que,

> (…) en ese tiempo nosotros estábamos más metidos en el tema de la importancia que tenía para nosotros los quinientos años [de conquista española]. Todo lo que conllevaba eso en el año noventa y dos se armó todo un programa digamos de reivindicación de los pueblos indígenas. Entonces, de hecho, ya venía anteriormente; pero tomó fuerza digamos con ese hecho. Nosotros éramos jóvenes, entonces venían saliendo de la universidad, habían salido recién del liceo. Había mucha gente que estaba, y como que ésto tomó vuelo, así mucha importancia. La gente que me conocía a mí, dirigentes, todos apoyaban la idea (…) (entrevistada P4, 55 años, femenino, aymara)

En este plano, supuesto un consenso en la necesidad de medios específicos para la población indígena, se fue ganando especialización técnica y temática en torno a la naturaleza y rol de los medios de comunicación desde un desconocimiento previo de los medios sociales de comunicación y de radio. Complementa la actora anterior pliegues de ésto,

> (…) Entonces, así fue como surgió la radio. Yo sin saber nada de radio, tuve que capacitarme, tuve que aprender desde lo más básico. Y trabajar digamos en este proyecto. nosotros estuvimos muchos años postulando fondos sin resultados, porque la radio te postula a una concesión del Estado. El Estado te la da después de que sales elegido; pero, tampoco te la da gratis, tienes que pagar plata. Para nosotros era mucha plata en ese entonces pagar. Por decir, tres millones de peso, había que juntarla. Pero a veces, todo el Estado, el gobierno nada te da. Pero, nosotros honestamente, surgimos con la radio, en la radio no teníamos ni ningún ingreso. Pura voluntad no más (...) (entrevistada P4, 55 años, femenino, aymara)

De esta forma, se incorporan elementos de singularidad en su proyección y audiencia asociada a la emergente promoción estatal indígena. Observa la actora citada también que,

> (…) Nació la CONADI, y muchos de los que estaban trabajando en las consultoras, de los proyectos, eran financiados por ahí; como los proyectos de la radio y los proyectos de más que teníamos nosotros acá. Trabajando, antes era más gente, para nosotros fue un desafío grande, porque iba a cambiar una población. Era la única manera de masificarlo, panfletos, primero, no teníamos una renta. Escuchábamos otras radios que no tocaban nunca música de nosotros, tocaban pura música en inglés envasada. Y, no había digamos nada para nosotros. Cuando trabajamos el proyecto, nosotros hicimos todo; nosotros trabajamos gratis para ese proyecto, yo trabajé sin sueldo, sin nada. Porque nadie tenía un interés digamos de ganar plata en ese momento, sino que era un sacrificio; había que arar la tierra, abonarla para después poder sembrar, que es lo que hicimos (…) (entrevistada P4, 55 años, femenino, aymara)

Continúa,

> (…) Como hasta el dos mil uno, no teníamos ingreso. Si teníamos un éxito social tremendo; llegábamos a todos los bailes, todo el mundo andino nos sintonizaba. Todos los lados, todo. Por primera vez en la historia se escuchaban las sayas, los huainos, los caporales, las morenadas, y el pueblo aymara reunido. Todo lo que se ha logrado, yo creo que ha sido en parte gran conciencia (…) (entrevistada P4, 55 años, femenino, aymara)

Consecuentemente, como iniciativas de movimientos sociales ad portas la Ley Nº 19.253 (1993) se van instalando requerimientos de comunicación social con pertinencia cultural indígena, donde se vio en la radio un medio privilegiado. De esta forma, se promueven fondos para apoyar emisoras con tendencia indígena, donde resalta la Radio Andina, como apuesta desde la sociedad civil indígena y profesional. Posteriormente, esta entidad radiofónica transmuta a modelos de gestión comunitaria con financiamiento estatal. De esa forma, desde fines de la década de 1990, se define por un modelo de negocio con propia financiación y receptiva a la subvención estatal indígena.

Por otro lado, se tiene la experiencia de comunicación masiva de tipo comunitaria e informativa en los pueblos del interior, ubicados en el sector rural, con experiencias que datan desde mediados del S. XX. Ahí, la comunicación radial fue y ha sido fundamental, mediante lo cual los grupos se informan del acontecer nacional e internacional vía radioemisoras especialmente provenientes de la (trans)frontera, dada su penetración en los territorios signados como aislados. En este orden, también co-habitan emisoras con perfil municipal, pero con escasa sostenibilidad por su alto condicionamiento a la opción política y evaluación económica-financiera de quien administra las localidades.

En la ciudad de Arica, tendiendo a la figura privada como elemento central. Se favoreció la apertura a la diversidad de temas en las entidades radiales privadas, asumiendo la elaboración de contenido tanto informativo como recreativo. Basado en criterios de costo-beneficio, esta tendencia está vinculada a la capacidad de los productores de programas para financiar sus espacios de alocución masiva. Por tal motivo, se cuenta con programas sobre pueblos territoriales y/o temáticas de promoción de elementos socioculturales y/o lingüísticos indígenas con breve perduración, por causa de su supeditación a fuentes de financiación. Paralelamente, han sido exitosos los modelos comunitarios con vocación religiosa, donde en un caso se ha registrado experiencias Con todo, en la actualidad, en la ciudad, se complementa y oponen discursos en torno a matrices de "pueblos del interior" y de modelos que responden a elementos socioculturales de miembros migrantes de comunidades indígenas provenientes de Perú, Bolivia, así como del sur de Chile.

En este criterio, tiene una preponderancia la figura de naturaleza privada, para el caso de la ciudad de Arica; con una orientación plural en la elaboración de contenido en torno a temas social-cívicos, socioculturales, políticos y festivos, que vuelven más probable la elaboración de contextos de etnicidad.

En otro margen, se distribuyen las radios rurales. Éstas se sostienen como proyectos pilotos, en base a fondos concursables y/o desde la figura municipal, prioritariamente. En este formato, se promueve la elaboración de contenido referente a temas de desarrollo, identidad cultural y territorio, desde entidades públicas y/o sociales.

De esta forma, perduran modelos de sostenibilidad de cortes diferentes según los territorios, que afectan la elaboración del contenido medial. Estos "modos" configurantes del sistema comunicativo, los pasaremos a revisar en lo siguiente.

6.2 MODOS DE ORGANIZACIÓN DE LOS ACTORES EN EL SISTEMA COMUNICATIVO

Entre los actores del caso se establece una clasificación que permite agrupar a la diversidad de emisoras en operación. Esto es, la existencia de radios relativamente diferenciadas como comerciales y otras de vinculación con el medio (Figura 6.3).

Aquello faculta una agrupación del fenómeno diverso y latente, en un esquema comprensivo acorde a sus modelos de gestión. De esta forma, por radios comerciales se entiende a las entidades de radiodifusión FM orientadas a un modelo de negocio con enfoque de evaluación financiera de costo-beneficio, a través del arriendo de espacios radiales, y espacios de publicidad general. Asimismo, por radios de vinculación con el medio se entiende a entidades FM orientadas a un modelo de gestión definido por una institución pública o privada de soporte principal, con enfoque de costo-eficiencia, que promueve contenido asociado directa y/o indirectamente con su visión/misión, y no realiza frecuentemente cobros por la disposición de sus espacios mediales.

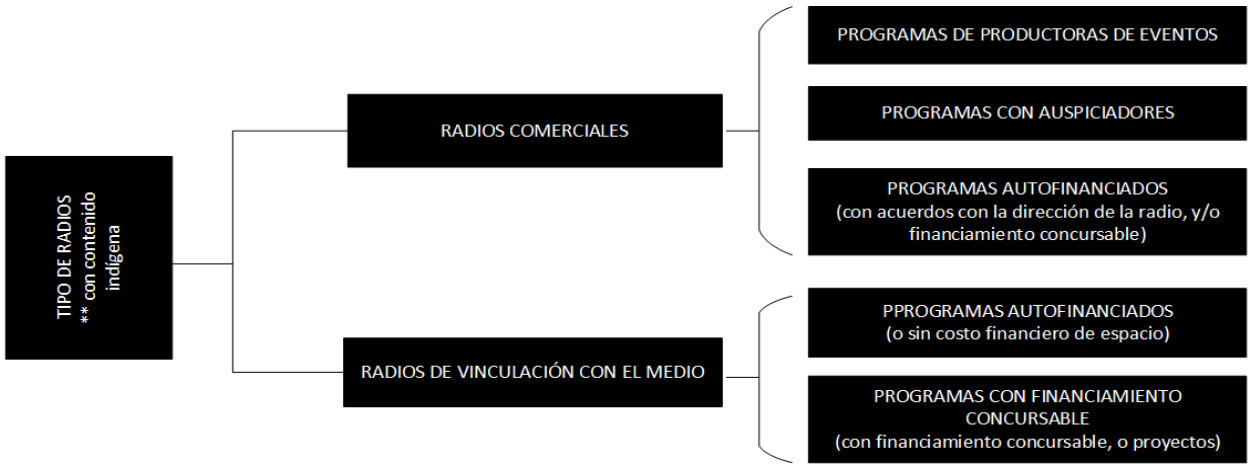


Figura 6.3. Modelo de clasificación de radios con contenido indígena, región de Arica y Parinacota

Lo mencionado posibilita la expresión de la diversidad de agendas mediáticas que emergen desde los sectores indígenas. A través de ésta, se van elaborando elementos centrales de la (re)producción de la identidad sociocultural y política local, indígena y transnacional, en un espacio como Arica, signado por la frontera geopolítica y la negociación sociocultural, desde la ecualización singular de la actualidad (Figura 6.4, y 6.5).

1. Nombre de Radio/tipo	2. Dial	3. Entidad administradora/propietaria	4. Público objetivo	5. Comuna de referencia
Andina (Comercial)	100.1 FM	Instituto regional de promoción aymara limitada	Población referente de la cultura Aymara, sin dejar de lado al resto de las culturas originarias, orientado a las comunidades rurales y de la ciudad de Arica.	Arica (urbano)
Neura (Comercial)	88.5 FM	Comunicaciones y producciones audiovisuales LTDA.	Comunidad comunal de Arica, considerando ciudad de Arica y valles de Azapa y Lluta.	Arica (urbano)
La Voz del AGRO[6] (Privada de vinculación con el medio)	Interna a terminal ASOAGRO	Asociación gremial de pequeños y medianos agricultores, A.G (ASOAGRO)	Feriantes de ASOAGRO, agricultores, comerciantes y público.	Arica (urbano)
Cappissima (Comercial)	104.9 FM	Comunicaciones Cappissima Limitada, representante legal Carlos Enrique Ferry Campodónico	Comunidad regional de Arica y Parinacota.	Arica (urbano)
Universidad de Tarapacá (Pública de vinculación con el medio)	95.9	Universidad de Tarapacá	Comunidad regional de segmentos socioeconómicos medios y altos.	Arica (urbano)
Puerta Norte (Comercial)	92.1	Sociedad comercial y servicios Peñachica	Comunidad comunal de Arica, considerando especialmente la ciudad de Arica.	Arica (urbano)
Frecuencia tropical (Comercial)	94.9 FM	Sociedad Núñez Gutiérrez Ltda.	Población regional, con orientación a la promoción de elementos socioculturales y tropicales.	Arica (urbano)
Proclamación (Privada de vinculación con el medio)	96.5 FM	Kerigma sociedad de responsabilidad ltda.	Creyentes de la religión evangélica regional.	Arica (urbano)
Radio Parinacota (Comunitaria y municipal de vinculación con el medio)	94.5 FM	I Municipalidad de Putre, Organizaciones funcionales y territoriales	Población local de la comuna de Putre, considerando sus características socioculturales aymara.	Putre (rural)
Radio Visviri (Comunitaria y municipal de vinculación con el medio)	95.5	I Municipalidad de General Lagos, Organizaciones funcionales y territoriales	Población comunal, considerando sus características socioculturales indígenas.	General Lagos (rural)
Radio Pintatani (valle de Codpa) (Comunitaria y municipal de vinculación con el medio)	107.1	Unión comunal adultos mayores comuna de camarones	Población del valle de Codpa.	Camarones (rural)

Figura 6.4. Muestra estructural representativa (radios observadas y documentadas, n=11)
** *Radio Visviri, Parinacota y Pintatani fueron solamente entrevistados los directores, y eventualmente locutores.*
Fuente: elaboración propia, identificación catastral de radios con concesión FM SUBTEL (2012, 2017) y datos de SERVEL

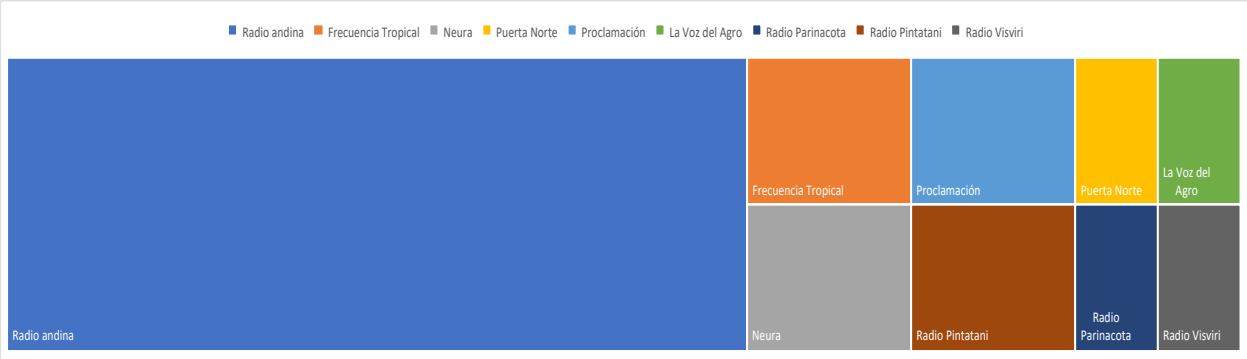


Figura 6.5. Representación relativa de emisoras con mayor proporción de programas con contenido desde enfoque indígena (urbano/rural)
** Se incluye la radio "parlante" La Voz del Agro por su relevancia en el fenómeno

Esto, favorece la expresión de entidades de diferente naturaleza institucional y giro. En aquel criterio, el modelo de gestión de las radios es relevante para la inserción de programas con contenido indígena, y para la expresión de su pluralismo inmanente. De ahí que su visión y misión son centrales, así como su naturaleza (privada y/o pública) y trayectoria local/regional, para posibilitar las agendas mediáticas independientes (o no) de los programas en particular.

Concentrándose en la ciudad de Arica, las radios comerciales definen su oferta mediática indígena conforme a una evaluación financiera. Tal situación faculta que tengan una influencia relativamente tangencial a la

[6] Esta emisora tiene un circuito cerrado al AGRO, espacio de comercialización de productos agropecuarios indígenas de la región en la ciudad de Arica. No cuenta con oferta informativa a través de programas. Por otro lado, cuenta con avisaje comunitario y música en *off*.

definición del contenido de los programas. Por otro lado, las radios de vinculación con el medio son correlato de instituciones públicas o privadas-comunitarias (ej. Comunidades religiosas), concentrando una oferta mediática a través de programas en directa asociación a la línea editorial de la emisora.

6.3 MODELOS DE GESTIÓN DE RADIOS CON CONTENIDO INDÍGENA

En este apartado, se caracteriza en términos generales los modelos de gestión de los tipos de radios comerciales y de vinculación con el medio, abordándose la ciudad de Arica como fenómeno, y luego, en su paragón, el caso de los segmentos rurales.

En general, las radios indígenas que emergen en la década de 1990, se insertan en un modelo de comunicación vertical, donde priman los *mass medias*. Este tipo de soporte exigió instalación de capacidades técnicas para la compactación del mensaje, incluidos soportes gráficos, textuales, visuales y/o de audio previos a su exposición en la población de segmentación. De esa manera, la producción era definida por la temporalidad diferida entre la producción del mensaje y la emisión/recepción a los receptores. En la década de 2000, existe una transformación de las condiciones de producción del mensaje y de la vinculación emisor-medio-receptor. Desde tal eje, se pasó a un tipo de comunicación mayormente horizontal. Ésta se complementó a la análoga. La forma comunicativa horizontalizada incorporó mayor complejidad y capacidad contestaria. Fundada en la aprehensión de la comunicación informal, promovida por la progresiva utilización de diferentes soportes de comunicación a la vez, se dio un contacto más directo e inmediato entre productores de contenido y los receptores. Aquello se fundó en la inclusión de elementos personalizados, con menores intermediarios y alusivos a la promoción de espacios sociales de la identidad en el éter y su correlato en plataformas dialógicas susceptibles a la mediatización (Figura 6.6).

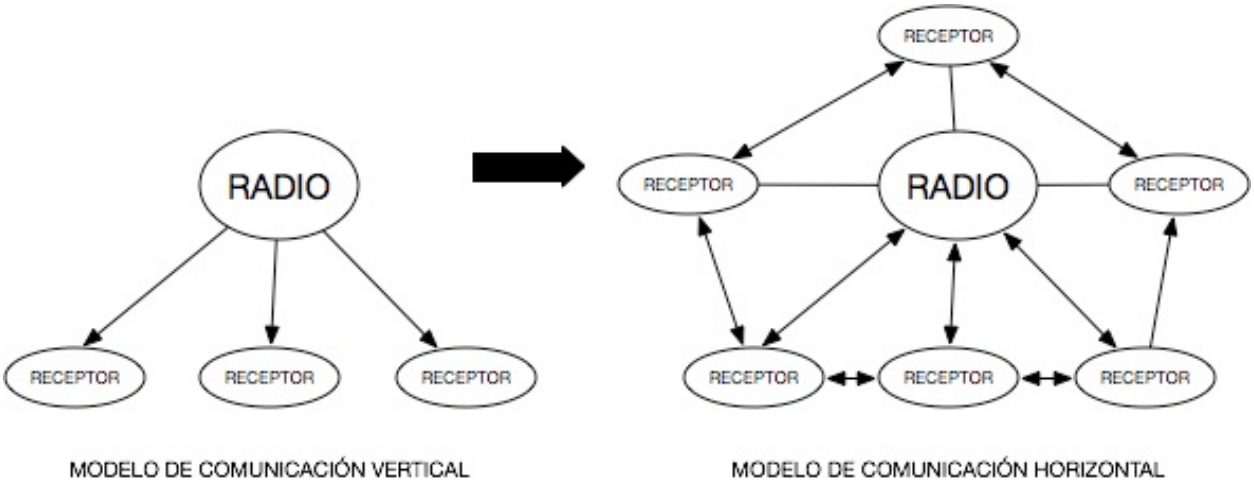


Figura 6.6. Tránsito desde un modelo de comunicación vertical a otro horizontal

Ciudad de Arica

Radios comerciales

En el caso de Arica, las radios que comprenden programas con contenido indígenas cuentan con una tendencia hacia la figura de radios comerciales. Estas emisoras presentan una fuerte conexión con la dimensión indígena de audiencia, los espacios de escucha y la formulación de avisaje comunitario.

Aquello se da por la emergencia de programas con contenido producido por la activa participación de la perspectiva del locutor/productor, y la capacidad de formular su oferta informativa desde lo vivencial. Su perduración en el tiempo depende de la existencia de fuentes de financiación mensual, a cargo de los mismos

locutores-productores del espacio. Esto último posibilita una programación variada, definida por la sostenibilidad del financiamiento de los espacios radiales.

Este soporte es relevante para la comprensión de la oferta informativa indígena de tipo sociocultural y en las apuestas de etnicidad[7], siguiendo un modelo de gestión de arriendo de espacios y publicidad. Observa una actora,

> (…) Nosotros tenemos tres formas de promoción. Un espacio era destinado a las productoras locales, o personas que promocionan a un tema determinado, puede ser música o puede ser también una idea, un tema de promoción cultural de pueblo, que ha tenido que arrendar un espacio para grabar. Pero, le das la posibilidad, a un costo muy bajo arrendamos un espacio, y ellos pagan mensualmente por éste; y ellos son lo que diseñan el programa y resulta que ellos no se salgan de lo que nosotros tenemos como objetivo radial. No se salga de ese marco. Y, continúa en la misma; ahora si ellos quieren hacer un programa, por decirte, un programa político, que vayan a apoyar no sé al gobierno X, no tenemos poder para vetarles. El poder digamos, claro está, no es una radio política; ésta es una radio muy pluralista, que trata de que, al menos, a todos los candidatos de la línea que sea, siempre que ellos paguen por sus espacios nosotros lo apoyamos. Ahí se ha entrevistado a todos los que vienen acá con algunos derechos que tienen todos acá los que trabajan, la política queda de la puerta para afuera, pero, acá adentro no (…) (entrevistada P4, 55 años, femenino, aymara)

Este tipo de radios, apela a una audiencia constituida ya en espacios de concentración indígena reconocido ya de correlato. Su modelo utiliza, como recursos de financiación para sus operaciones y mantención, el arriendo de sus espacios en el éter FM y online, diferenciados en las siguientes modalidades: a) radiales, para la ejecución de ofertas informativas; b) espacio medial inter-programas para anuncios comerciales y gubernamentales, que imputan ingresos a las emisoras.

Estas emisoras procuran mantener el pluralismo interno, a fin de no anclarse a alguna tendencia política de turno. Hacen primar la evaluación financiera en la formulación de su parrilla programática. De esta forma, acá se incluyen la capacidad de pago por los espacios radiales con el de interés social y comunitario, en un equilibrio definido por la audiencia que reconocen las emisoras como propia. Continúa la actora citada,

> (…) Se arrienda el espacio, si es que hay espacio no si tampoco. Entonces, se le arrienda el espacio, ahí está el que están en la línea de la promoción musical, las promotoras de grupos y también está la línea de la promoción de tradiciones culturales como hijos de pueblo, los hijos de Ticnamar arriendan un espacio, Codpa. Después, está la línea de la venta de publicidad; bueno eso es fijo y las entrevistas. Nosotros hacemos relaciones con diferentes actores, digamos, que están vinculados al tema de la promoción cultural. Y, por ejemplo, eh si hay alguna autoridad que dé a conocer algo importante, nosotros los entrevistamos, entrevista de promoción informativa por si hay algo que quiera promocionar, un SEREMI que quiera promocionar algún beneficio también con entrevista. Pero, no se cobra nada por las entrevistas, todo lo que sea un beneficio a la comunidad no los cobramos, Cobramos los despachos, la promoción que tiene lucro, digamos, o aquellas que llegan para que tenga asistencia a un funeral (...) (entrevistada P4, 55 años, femenino, aymara)

Otra actora, sostiene que,

> (…) Las radios se financian de acuerdo a los arriendos de espacios de radios; también las publicidades y también los las ayudas que te dan los proyectos, en algunos casos; y también los fondos de medios que es para la radio, para hacer los arreglos, porque una radio también tiene un montón de gastos. No es fácil tener una radio en este momento, especialmente en Arica (…) (entrevistada P23, 58 años, sin pertenencia indígena)

Del mismo modo, siendo lo mencionado su fuente principal de ingreso, estas emisoras han institucionalizado una capacidad de apalancamiento de recursos vía fondos públicos asociados al ámbito indígena o de medios

[7] De hecho, en tiempos eleccionarios candidatos a escaños de representación popular con adscripción indígena asisten a radios comerciales de línea editorial y trayectoria en el mundo indígena para contratar programas, desde donde promueven sus ofertas de gestión, apelando a la codificación sociocultural con organizaciones en el territorio urbano y rural. En estos casos, su temporalidad es el período eleccionario, siendo escasos los programas que perduran luego de tal espectro. Aunque en excepciones sucede, proyectando una oferta informativa con vocación pública y territorial desde terceros locutores que se adicionan, manteniendo como sustrato la figura del caudillo/a que generó ese espacio, y que financia en parte, o proyecta tal plataforma. Entre los que se puede considerar en tal origen, entre otros, son los de Una hora con Camarones de Radio Andina (proyectado el año 2016), Jiwasan Markasa (radio Frecuencia Tropical, asociado a la candidatura de la actual alcaldesa de Putre, y que ahora conduce otra locutora vinculada a ella, que desde el año 2016 aún perdura vinculado a auspiciadores y la comuna de Putre).

sociales de comunicación. Esto, a través de las mismas emisoras, o por intermedio de los modelos de negocio o gestión asociados a los programas radiales como entidades que arriendan espacios éter (Figura 6.7).

SOCIOS CLAVE **Sociedad civil indígena regional** **Organizaciones funcionales y territoriales** **Comunidades y asociaciones indígenas** **Productores de programas radiales**	***ACTIVIDADES CLAVE*** Elaborar contenidos mediales alusivos a temas recreativos e informativos desde el eje identitario de diferentes colectivos indígenas. Programas recreativos e informativos transfronterizos (reproducen música andina, ej. Peruana: Cumbia chicha, Huaynos; Boliviana: Morenada, Caporal, Saya, Tinkus). Programas recreativos e informativos de temas de los pueblos del interior de Arica. Programas recreativos e informativos de temas de indígenas migrantes internos de otras regiones (aymara, quechua, y mapuche). Promoción a la estructura de oportunidades públicas del gobierno local, regional y nacional.	***PROPUESTA DE VALOR*** Entregar información y recreación que permita una comunicación en materias de interés comunitario, sociocultural y socioeconómico (especialmente agrícola y comercial) entre los miembros del encuadre comunal de Arica y los residentes con pertenencia a pueblos del interior de Arica, indígenas inmigrantes internos e indígenas de transfrontera andina (aymara, quechua) en zonas urbanas y rurales. Asimismo, se adiciona de manera marginal una propuesta para abordar materias de pueblos indígenas provenientes de otras regiones del país con radicación en Arica (aymara, quechua y mapuche). ** Apertura a la incorporación de otros programas referentes a alteridades afrodescendientes. *** Complemento de plataforma online para promoción de recursos del territorio, en términos de iniciativas turísticas, sociales y de otra índole asociado a desafíos del desarrollo territorial y la asociatividad comunitaria.*	***RELACION CON PÚBLICO OBJETIVO*** Relación próxima con características comunitarias del mundo andino urbano y rural de valles de Azapa y Lluta. Manejo de códigos socioculturales de la comunicación con su público objetivo y temporalidades locales.	***SEGMENTOS DE PÚBLICO OBJETIVO*** Residentes indígenas territoriales (aymara y quechua) de la ciudad de Arica. Residentes indígenas incorporados por migración interna (aymara, quecha, mapuche, etc.). Residentes indígenas de valles de Azapa y Lluta, dedicados a la actividad agrícola, y/o comercial. Migrantes indígenas de transfrontera andina, radicados o en situación transitoria ocupado en labores agrícolas, comerciales y/o de la construcción.
	RECURSOS CLAVES Capital financiero (a través de fondos concursables, y/o apoyo municipal) Inversión en equipo de radiofonía. Programación radial.		***CANALES*** Emisión por antena radial, con cobertura urbana y rural en valles de Azapa y Lluta. Emisión conjunta en WEB (en algunos casos, se tiende a Facebook, y otros; transmisión en páginas institucionales).	**CONTEXTO** Existencia de espacios específicos de concurrencia andina en la ciudad de Arica, y su entorno rural inmediato (Azapa y Lluta). Presencia de radios de Tacna con consumo medial en Arica, con agendas mediáticas similares en lo recreativo. Existencia de relaciones transnacionales y translocales en las bases del territorio.
ESTRUCTURA DE COSTOS -Director/a de radioemisora. -Radio controlador. -Mantención de infraestructura de operaciones radiales. -Mantención de equipo de radiofonía, y soporte WEB.			***FLUJO DE INGRESOS*** - Ingreso por arriendo de espacio radial para realización de programas fácticos (condición esencial para la perduración del programa con tenor local y regional). - Ingreso por programas envasados con origen en Perú y Bolivia. -Ingreso por anuncios comerciales, y gubernamentales. -Ingreso por anuncios sociales (bautizos, matrimonios, fallecimientos y velatorio).	

Figura 6.7. Modelo de gestión (A) de radios privadas con contenido indígena (ciudad de Arica)

A nivel microeconómico, cabe observar algunos aspectos caracterizadores del modelo de gestión visto hasta acá, y su realización en el mercado de servicios. Esta situación tiene como vínculo de oferta[8]-demanda[9] a la

[8] Según escenarios de determinantes definidos por el nivel de tecnología disponible, costo de factores productivos y precio de venta posible y rentable en el mercado, la oferta se define como la relación entre un bien/servicio y las cantidades que la entidad radial desea ofrecer, estando todas las otras variables *ceteris paribus* (es decir, que permanecen constantes).

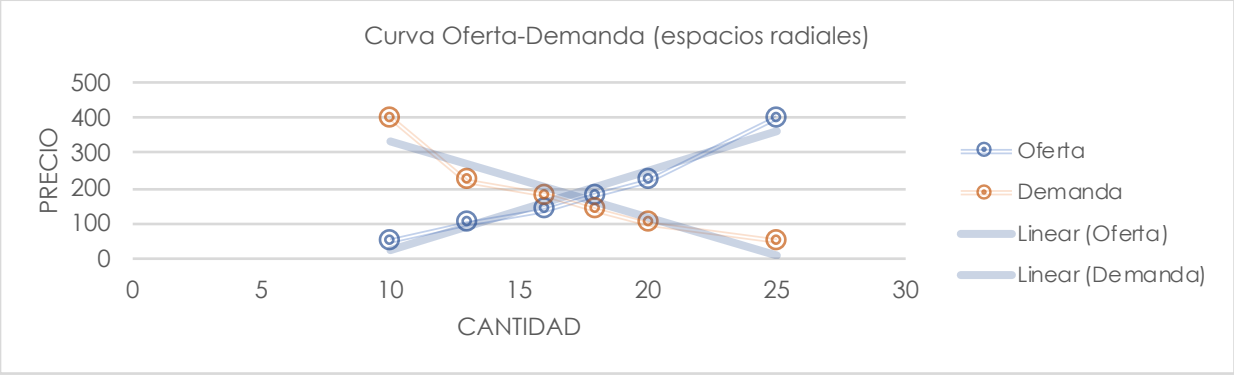
[9] La definición de la demanda individual se refiere a la cantidad a adquirir del servicio a cada nivel de precio, en condición *ceteris paribus*. Esta relación es inversa, donde a mayor precio menor es la cantidad demandada. Viene dada por la conjunción de los siguientes factores, y su ponderación contextual en el tiempo: precio del bien o servicio, ingreso del individuo (presente y futuro), precio de bienes

dirección de radio (director/a/res-Propietario) y al locutor/productor del programa radial. Se establece el precio por espacio radial en vivo, definido como el número de unidades monetarias requeridas para obtener el servicio, y que permita la rentabilidad financiera de la emisora y/o acumulación de riqueza (Figura 6.8).

EMISORAS	PRECIO (pesos chilenos)	CANTIDAD OFRECIDA	CANTIDAD DEMANDADA
1	50	10	25
2	100	13	20
3	140	16	18
4	180	18	16
5	220	20	13
6	400	25	10

Figura 6.8. Variación de precios de arriendo de espacios radiales para programas en diferentes emisoras (promedio según tiempo de observación del fenómeno, hasta diciembre 2017)

Aquí, siguiendo la figura 6.7, se expresa lo siguiente: a cada nivel de precio del servicio, existe una cantidad de dicho servicio que los consumidores (arrendadores de espacios) desearán adquirir (función de demanda), y que los productores estarán dispuestos a producir (función de la oferta). Aquello comprende un parámetro finito. En este ámbito, el precio de equilibro estimable en el entorno es de 180.000 pesos por 16 espacios radiales (Figura 6.9). Esto permite la rentabilidad mínima de la emisora.



Ecuación de oferta	y = 22.5x - 200.83
Ecuación de demanda	y = -21.571x + 548.38
22.5x-200.83=-21.571x+548.38	
x=	170.0006807
Ecuación de oferta	181.67
Ecuación de demanda	181.673
Equilibro está dado por las coordenadas (170.000 y 181.673)	

Figura 6.9. Curva de oferta-demanda (p*q) de arriendo de espacios radiales para programas
Fuente: Registro de precios por espacios, PLU160025, año 2017

Del mismo modo, es fundamental el hecho de que el espacio radial es una dimensión limitada como posibilidad de oferta. Esto está dado por las unidades de tiempo, atendiendo a un régimen de 12 hrs. Esta oferta, según los casos analizados, es abordada por la demanda de espacios proveniente de locutores/productores relacionados al mundo andino o indígena en general y, en su substrato, se soporta en la realización de relaciones de afinidad (identitaria, territorial, y/o organizativa) y/o parentesco.

Considerando el caso de radios comerciales, el fenómeno de oferta-demanda informativa se comporta de manera inelástica. Es decir: si las radios figuran como oferta, y los programas como demanda; ahí la demanda es definida por la cantidad de arriendo de espacios radiales, y la oferta por los espacios radiales disponibles

sustitutivos, precio de bienes complementarios, gustos, moda y otros factores latentes. Acá, es relevante mencionar el principio de utilidad marginal decreciente, que dice que tiene mayor bienestar la primera unidad consumida respecto de la segunda.

a arrendar. En este sentido, el costo de oportunidad[10] viene dado por la situación de no arrendar espacios radiales, ahorrando o reinvirtiendo el costo asociado al espacio. Esto, en el supuesto de la escasez: existencia de recursos limitados, y necesidades múltiples; donde, es relevante la asignación eficiente de recursos para los usos estimables que deriven en un mayor bienestar posible al inversionista, o a la sociedad.

En este ámbito, es visualizado el beneficio social de credibilidad y consumo medial como un capital situado en espacios de concentración indígena en la ciudad y en los sectores rurales de cobertura FM y online. En tal ecuación, los locutores/productores combinan diferentes estrategias para hacer social y financieramente rentables sus espacios, considerando como opción mínima, que el programa logre auto-financiarse ante el cobro fijo de la radio. Con todo, es observable que la oferta informativa posible es sensible a los precios fijados en arriendo.

Radios de vinculación con el medio

El modelo de gestión de las radios de vinculación con el medio presenta características asociadas a la proyección de la institución que soporta a las emisoras. En este caso, las radios son instituciones congruentes con una valoración de misión/visión, que hace primar la rentabilidad social percibida por la institución de base, o los grupos de interés en ella (Figura 6.10).

Tal esquema financia de manera basal la gestión de la plataforma general, promoviendo espacios mediales sin fines de lucro, o en condición de precios subvencionados. Sin perjuicio de eso, también se dan casos de arriendo de espacios, pero a un pool limitado de actores previamente conocidos o parte de una misma comunidad ideológica, religiosa, institucional, política, o de orden similar.

Este tipo de modalidad radiofónica, presenta una débil conexión con la dimensión indígena de audiencia, los espacios de escucha y la formulación de avisaje comunitario. Si aquello es posible en un margen de fidelidad, pasa por la ecualización sociocultural de los programas referentes al tema y el carisma de los locutores/productores de los programas en tales marcos de elaboración informativa.

En estas radios la parrilla programática debe pasar por un visaje por parte de la institución, la que realiza una evaluación de correspondencia con su imagen proyectada en la sociedad. Por ello, son canales más restrictivos respecto de las radios comerciales. En general, acá se sitúan oferta informativa asociada a explícita promoción institucional, ideológica o de convicción, como es el caso de programas religiosos, o de instalación de la institución en la formulación de opiniones en la sociedad regional o local.

Por lo señalado, la instalación de alteridades indígenas en el éter pasa por la ponderación a una comunidad valórica antes, y luego de referencia a correlatos comunitarios de base. Esto restringe al doble la adhesión al mensaje, y la incidencia del líder de opinión en estos parámetros, dado que sumado a la suscripción indígena en alguna alteridad (de pueblos del interior, migrante nacional, transfrontera, u otra emergente) se debe adicionar una subsiguiente de orden ideológica que le comprenda, y que esté en fundamento a la institucionalidad.

[10] Este concepto dice relación a la segunda mejor opción desechada por optar por una opción determinada.

SOCIOS CLAVE **Sociedad civil indígena regional** **Organizaciones funcionales y territoriales** **Comunidades y asociaciones indígenas** **Productores de programas radiales**	***ACTIVIDADES CLAVE*** Elaborar contenidos mediales alusivos a temas recreativos e informativos desde el eje institucional de diferentes colectivos indígenas.	***PROPUESTA DE VALOR*** Entregar información y recreación que permita una comunicación en materias de interés institucional, y hacia un público objetivo definido por ese parámetro). ** Apertura a la incorporación de otros programas referentes a alteridades que estén en congruencia con lo institucional. *** Complemento de plataforma online para promoción de recursos del territorio, en términos de iniciativas turísticas, sociales y de otra índole asociado a desafíos del desarrollo territorial y la asociatividad comunitaria.*	***RELACION CON PÚBLICO OBJETIVO*** Relación próxima con su público objetivo, definido por la visión/misión institucional. Manejo de códigos socioculturales de la comunicación con su público objetivo y temporalidades locales.	***SEGMENTOS DE PÚBLICO OBJETIVO*** Definido por el enfoque institucional, y su relación con el entorno inmediato, y mediato.
	RECURSOS CLAVES Capital financiero (a través de fondos concursables, y/o apoyo institucional de tipo basal) Inversión en equipo de radiofonía. Programación radial.		***CANALES*** Emisión por antena radial, con cobertura urbana y rural en valles de Azapa y Lluta. Emisión conjunta en WEB (en algunos casos, se tiende a Facebook, y otros de transmisión en páginas institucionales). Inclusión de multi-plataformas (TV digital y soportes emergentes, ej. Radio Puerta Norte Arica)	**CONTEXTO** Interés institucional por desarrollar acción comunicativa en torno a sus principios y perfil, definiendo de manera directa y/o indirecta el enfoque de la agenda mediática de los programas que comprenda. No se cobra regularmente por los programas radiales, y los locutores no se financian a través de modalidades particulares.
ESTRUCTURA DE COSTOS -Director/a de radioemisora. -Radio controlador. -Mantención de infraestructura de operaciones radiales. -Mantención de equipo de radiofonía, y soporte WEB.			***FLUJO DE INGRESOS*** - Ingreso por soporte institucional base (sea entidad pública, o privada-comunitaria de naturaleza religiosa). - Ingreso por arriendo de espacios específicos a entidades complementarias (ej. Radios con definición religiosa, que arriendan espacios para la promoción de temas desde Iglesias asociadas). -Arriendo de espacios puntuales o a canales corporativos (ej. Radios religiosas que promueven los negocios de sus feligreses).	

Figura 6.10. Modelo de gestión (B) de radios de vinculación con el medio (ciudad de Arica)

Rural o pueblos del interior

En el caso rural, la radio es una falange relativamente directa de la gestión pública, de modo que la agenda mediática es congruente con la agenda de intervención del gobierno local, y la promoción de la estructura de oportunidades públicas. Desde ahí, se configura como comunitaria, siendo en sus artífices funcionarios municipales, y/o actores sociales sin remuneración derivada de su actividad medial (Figura 6.11, y 6.12).

Dada la escasa factibilidad de instalación de iniciativas radiales privadas en los territorios rurales, por las condiciones de necesidades básicas insatisfechas y relativo aislamiento geográfico de sectores de frontera y altitud, la figura municipal posibilita, en coherencia con organizaciones de base territorial, un modelo de gestión que se pueda proyectar en el tiempo. Entre los casos al respecto, están los de las radios rurales de Visviri (comuna de General Lagos), Parinacota (comuna de Putre) y Pintatani (comuna de Camarones). Éstas cuentan con una naturaleza no lucrativa, y visualizan en el apalancamiento de fondos públicos la financiación de sus operaciones o adquisición de equipamiento necesario.[11]

[11] El escenario para estas emisoras se vio promocionado con la Ley Nº 20.433 (2010), de promoción de radios comunitarias.

Apoyados fuertemente en la administración de las municipalidades, estas radios generan una apuesta de visualización de sus activos socioculturales, (pre)históricos y naturales, con el fin de buscar dinamizar el eje socioeconómico del territorio y fortalecer la asociatividad entre los agentes de base local, considerando un giro multicultural y etnogubernamental.

En este sentido, como es consabida la importancia de la radio como medio de comunicación por excelencia en la frontera, según las experiencias históricas de escuchas de radios de la trans-frontera andina con Perú y Bolivia, en el decurso de dos décadas se ha procurado dar sostenibilidad a iniciativas que apunten a edificar un proyecto de radio local; el que se anquilosa, algunas veces, por la restringida provisión de electricidad. Esto es así para las experiencias de Codpa, y de Visviri[12]. Por otro lado, la experiencia radial de Putre tiene más solvencia, ya que cuenta con una provisión permanente de electricidad.

El modelo de gestión en estas emisoras se vincula a un arreglo de inversión propia del presupuesto municipal, o como iniciativa concursada a fondos; donde, últimamente, resalta la importancia del *fondo de fomento de medios de comunicación social* del gobierno de Chile, postulado mediante organizaciones funcionales o territoriales. Por esta razón, su mantención se asocia a funcionarios municipales y/o de programas de gobierno, condicionando su funcionamiento a días hábiles en la semana, o sea, de lunes a viernes -sin perjuicio de excepciones, donde se realiza una emisión extendida por algún evento o situación específica-. Esto, en correlato a la misma dinámica local, donde la población residente itera entre Arica y el interior, bajando a Arica los fines de semanas a visitar a sus hogares urbanos por provisión, pago de pensiones, sueltos o jubilaciones, así como por actualizar la conexión con sus unidades domésticas escindidas entre Arica, los pueblos y otros sectores del ámbito nacional o internacional (Figura 6.11).

En todos los casos, en estos medios se da una definición clara de contenido referente a temas de desarrollo e identidad cultural local e indígena, siendo posible incorporarse como locutor/a los miembros de la comunidad. Aunque esta dimensión es excepcional ya que, en la lectura local, adoptar esta responsabilidad resta tiempo a lo principal, que se refiere a materias de la reproducción socioeconómica o familiar de la vida cotidiana. Por eso, los locutores comprenden una dimensión también de aptitud de comunicación social para abordar en el tiempo este rol, siendo que carece de financiación a su apuesta de elaborar contenido mediático informativo y/o recreativo.

Por otro lado, en consciencia de que existe una audiencia local y otra potencial radicada en diferentes partes del territorio regional, nacional y transnacional con interés en informarse sobre el acontecer local, han establecido, en algunos casos, apuestas por proyectar online sus emisiones, conforme una documentación de segmentos en medios como Facebook, o como un ejercicio sistemático en una página que reproduce la programación. En estos casos, se posibilita la interacción con miembros locales localizados fuera del rango empírico de la onda radial en el territorio.[13]

[12] Hace treinta años, esta radio se formuló desde una iniciativa municipal, apoyada por la dirección de la Radio Cooperativa, a nivel nacional. La última emisora, les colaboró con la instalación de señal satelital, yendo el director hasta la localidad a inaugurar la misma, que tuvo un radio de sesenta kilómetros a la redonda de sintonización. En estas gestiones, se reconoce la importancia de *Tomaslav Simunovic*, comunicador social y político de RN, quien fue presidente regional de la Asociación de Radiodifusores de Chile (ARCHI), participando en la fundación de Radio Parinacota (Putre) –hace tres décadas–, y la Radio Chungara en la ciudad de Arica.

[13] Acá las páginas municipales han albergado emisiones online de radios rurales. Asimismo, y con mayor intensidad y *feedback*, Facebook ha servido para hacer emisiones análogas a la vez que vía la modalidad de Facebook Live, registrándose las sesiones en los perfiles de los locutores especialmente, o en el perfil de la radio o programa en específico. Ahí se muestra una interacción basada en el arraigo local, donde se suman miembros emigrados o radicados en otras zonas, los que se suman a la interacción en la producción de contenido desde las localidades a las que referencian los locutores/productores. Este tipo de prácticas se han observado en el caso de la Radio de Parinacota (Putre), así como la de Pintatani (Codpa), especialmente.

Figura 6.11. Ingreso al pueblo de Timalchaca, precordillera alta de Arica y Parinacota
Fuente: Registro etnográfico, 2018

SOCIOS CLAVE **Municipalidad** **Organizaciones funcionales y territoriales**	***ACTIVIDADES CLAVE*** Elaborar contenidos mediales alusivos a temas recreativos e informativos desde el eje identitario con el territorio. Promoción a la estructura de oportunidades públicas del gobierno local, regional y nacional.	***PROPUESTA DE VALOR*** Entregar información de interés local, que permita una comunicación sobre temas de naturaleza sociocultural y socioeconómica entre los miembros del encuadre comunal, y sus miembros radicados en otras zonas urbanas y rurales, en invocación a los elementos compartidos de pertenencia con la localidad y su actualidad. *** Visualización de plataforma informativa para promoción de recursos del territorio, en términos de iniciativas turísticas, sociales y de otra índole asociado a desafíos del desarrollo territorial y la asociatividad comunitaria.*	***RELACION CON PÚBLICO OBJETIVO*** Relación próxima con características comunitarias. Manejo de códigos socioculturales de la comunicación con su público objetivo y temporalidades locales.	***SEGMENTOS DE PÚBLICO OBJETIVO*** Residentes de las localidades de la comuna. Miembros radicados en otras zonas con interés en el quehacer local, territorial y comunal.
	RECURSOS CLAVES Capital financiero (a través de fondos concursables, y/o apoyo municipal) Inversión en equipo de radiofonía. Programación radial.		***CANALES*** Emisión por antena radial, con cobertura limitada (condicionada a la disponibilidad de energía eléctrica). ** Visualización de incorporar emisión virtual en WEB (en algunos casos, se tiende a Facebook)	***CONTEXTO*** Intermitencia en programación por situación de la falta sostenibilidad de programas y locutores (no se cobra por realización de programas radiales). Dobles actividades en la elaboración de la oferta mediática (inclusión de roles de dirección, locución y administración). Presencia y escucha local (histórica) de radios internacionales desde Perú y Bolivia, con fines recreativos e informativos (estas emisoras reproducen música andina, ej. Peruana: Cumbia chicha, Huaynos; boliviana: Morenada, Caporal, Saya, Tinkus). Existencia de relaciones transnacionales y translocales en las bases del territorio.
ESTRUCTURA DE COSTOS Director/a de radioemisora (generalmente, funcional a la gubernamentalidad local y regional). Radio controlador. Mantención de infraestructura de operaciones radiales. Mantención de equipo de radiofonía.			***FLUJO DE INGRESOS*** Financiamiento a través de fondos concursables (Fondo de medios sociales regionales), a través de organizaciones territoriales y funcionales. Ingresos eventuales por auspicio de cápsulas informativas de gobierno. Generalmente, no se cobra por ese servicio. Apoyo financiero a través de instrumentos por parte de Municipalidad. Ingresos estatales y derivados por avisaje de licitaciones o proyectos público-privados orientados a la población objetivo indígena.	

Figura 6.12. Modelo de gestión de radios municipales con contenido indígena (rural)

En síntesis, lo anterior implica que la agenda mediática de estas entidades emisoras se configura a través de la agenda de intervención de la municipalidad y/o entidades gubernamentales de diferentes escalas. Tal contexto asociado a un pliegue de promoción a la identidad del territorio y sociocultural indígena o local.

6.4 MODELOS DE GESTIÓN DE PROGRAMAS RADIALES INDÍGENAS

Conforme con la clasificación propuesta de radios que comprenden contenido indígena, se aborda acá los modelos de gestión ensayados por los programas radiales que operan en el dial FM (Figura 6.13). De este modo, se observó a un conjunto de programas radiales, anotando una caracterización de sus modelos de gestión. Estos modelos se fundan en la relacionalidad con el entorno definido por las comunidades de escucha que asumen como correlato de su acto comunicativo.

1. Nombre de programa	2. Orientación	3. Días de emisión	4. Horas	5. Vigencia[14]	6. Radio referente
Waliki	Recreativa	Lunes a sábado	11.00 a 12.00	Vigente	Andina
Llajuita	Recreativa	lunes a viernes	12.30 a 13.30	Vigente	Andina
Sentimiento Latinoamericano	Informativa y recreativa	Lunes a sábado	09.00 a 10.00	Vigente	Andina
Una hora con Bolivia	Informativa y recreativa	Lunes a domingo	13.00 a 14.00	Vigente	Andina
Revolucionando las tardes	Informativa y recreativa	Lunes a viernes	14.00 a 15.00	Vigente	Andina
Tiempo de Chicha	Recreativa	Sábado	17.00 a 18.00	Vigente	Andina
Ritmo y Alegría	Recreativa	Lunes a viernes	18.00 a 20.00	Vigente	Andina
La hora de Master Black	Recreativa	Lunes a viernes	20.00 a 21.00	Vigente	Andina
*El Show de Chere y Kalincha, ** online, y en radioemisora*	Recreativa	Lunes a viernes	21.00 a 22.00	Vigente	Andina
Chile Rural	Informativa	Sábado	10.30 a 11.00 am	Vigente	Andina
Una hora con Camarones	Informativa	Lunes a viernes	8.00 a 9.00	No vigente	Andina
Folcklor Internacional	Recreativa	Lunes a sábado	8.00 a 9.00	Vigente	Andina
Entre indios - endeos	Recreativa	Lunes a sábado	22.00 a 23.00	Vigente	Andina
Urakesana Arupa	Informativa	Domingo	11.00 a 12.00	Vigente	Andina
Kumarañataki, Para estar sanos	Informativa	Domingo	11.00 a 12.00	Vigente	Andina
Gran Palacio de la Cumbia	Recreativa	Sábado	16.00 a 17.00	Vigente	Andina
Raíces de mi pueblo "Ticnamar"	Informativa y recreativa	Domingo	10.00 a 11.00	No vigente	Andina
Jiwasan Markasan	Informativa	Lunes, miércoles y viernes	14.00 a 15.00	Vigente	Frecuencia tropical
La Voz del Mapuche	Informativa	Sábado	13.00 a 14.00	Vigente	Frecuencia tropical
Nación Aymara 1	Informativa	Lunes a viernes	14.00 a 15.00	Vigente	Neura
Nación Aymara 2	Informativa	Lunes a viernes	15.00 a 15.30	Vigente	Neura
Jallalla Arica y Parinacota	Informativa	Lunes a viernes y domingos	12:00 a 13:00	Vigente	Frecuencia tropical
*Programa Ayni ** online, y en radioemisora*	Informativa	Lunes	16.00 a 17.00	No vigente	Tu Radio
Programa Markas Layku	Informativa y recreativa	Sábado	16.00 a 17.00	Vigente	Puerta Norte
Conversando con la historia	Informativa	Lunes a viernes	11.00 a 11.30	Vigente	U. de Tarapacá
10 mil años de historia son también tu historia	Informativa	Martes	12.00 a 12.30	Vigente	Cappissima
Jesús en los Andes (o Cristo a través de los Andes)	Informativa y recreativa	Martes a viernes	18.00 a 19.00	Vigente	Proclamación
Evangelio con identidad aymara	Informativa y recreativa	Martes, miércoles, jueves y viernes	16:00 a 17:00	Vigente	Proclamación
Informaciones AGRO	Informativa y recreativa	Lunes a domingo	Todo el día	Vigente	Radio La Voz del AGRO
Mirada de mujer	Informativa	Lunes y viernes	18.00 a 19.00	Vigente	Radio Parinacota
Hora de la Paloma	Recreativa	Lunes a viernes	11.00 a 13.00	Vigente	Radio Pintatani (valle de Codpa)
Caminante...peregrino. Misioneros en acción	Informativa	Lunes a viernes	8.00 a 13.00	Vigente	Radio Pintatani (valle de Codpa)
Informaciones Visviri	Informativa y recreativa	Lunes a viernes	Diferentes	Vigente	Radio Visviri

Figura 6.13. Muestra estructural representativa de programas radiales y orientación de agenda mediática (recreativa/informativa, n=33)[15]
Fuente: elaboración propia, ** *Seguimiento de agenda mediática (5 meses, de febrero a junio de 2017)*

Programas según radios comerciales

Comprendidos en las radios comerciales, hay tres modelos de gestión de programas radiales. Éstos tienen como elemento común, la necesidad de financiar su espacio de producción medial. Estos programas pueden clasificarse en: i) Programas asociados a productoras de eventos (de corte andinos); ii) Programas con auspiciadores (sean personas, agrupaciones y/o entidades comerciales); y, iii) Programas auto-financiados o con acuerdo de gratuidad y/o pago parcial del espacio medial.

i) Programas asociados a productoras de eventos (de corte andinos)

Estos programas tienen un enfoque recreativo e informacional en torno a la cohesión festiva andina, especialmente.[16] Se orientan a la población joven y adulto joven, reunidas en organizaciones e instituciones que compone el espectro urbano en la ciudad de Arica, y de los valles de Azapa y Lluta. Estas colectividades se formulan en un diálogo con el comunicador/a mediante la codificación es espacios sociales y virtuales, desde lo cual proyectan una socialidad comprensible por los actores que tiene como correlato espacios signados como de concurrencia andina e indígena.

[14] La condición dicotómica de vigente/no vigente es situacional, dada la dinámica de los programas auto-gestionados y/o arrendados a las entidades radiales. Por ello, en un contexto pueden dejarse de emitir, para retornar en un tiempo variable, conforme la agenda específica de su locutor/productor.
[15] En este criterio, como horizonte extenso, se incluyeron programas alusivos al ámbito patrimonial, a efecto de contar con elementos de comparabilidad y triangulación para el análisis del pluralismo interno.
[16] En una oportunidad, de un caso de transmisión Facebook, locutores explicitaron a su audiencia su adhesión con Santa Cecilia, o Virgen de los músicos. Esta dimensión, recursivamente, fue relevante.

Aquello se expresa en un sistema de relaciones que incorpora un modelo de negocio de locución/animación de eventos relevantes para las comunidades de escucha indígena (bautizos, corte de pelo, y matrimonios) y festivos andinos (alferazgos [en contextos urbanos y rurales]). Como puede advertirse en la figura 6.13, estos programas van sirviendo de plataforma de una red de relaciones operativa en diferentes espacios de concentración indígena en el sector urbano y rural (Figuras 6.14, y 6.15).

APELLIDO DE CONTRATANTE	ÁREA	PRESENTACION	LUGAR	MOTIVO
Castillo	Azapa	22-Aug-15	Azapa San Miguel km 12	Bautizo y corte de pelo
Calle Huanca	Azapa	10-Feb-16	Azapa Kilómetro 28 lote 2	Martes Challa
Viza Colque	Azapa	14-May-16	Azapa km 21 parcela 23	Cruz de Mayo
Villalobos	Azapa	28-May-16	Camping Magisterio, km 3 1/2 Azapa	Matrimonio
Vilca	Arica	20-Jan-17	Palacio de la Cumbia	Bautizo Alisson y Alonso
Herrera Fernández	Lluta	17-Feb-17	Poconchile Lluta	Carnavales
Flores Baltazar	Azapa	19-Feb-17	Alto Ramírez km 7	Entierro de carnavales
Zavala	Arica	5-Mar-17	ASOCAPEC	Carnavales
Álvarez	Arica	18-Mar-17	Restaurant Pukara	Cena de camaraderia sagrado corazon de jesus
Poma	Arica	10-Jun-17	ASOCAPEC	Challa
Alfaro	Lluta	17-Jun-17	Valle de Lluta km 3	15 Años de edad (rito de paso, ciclo vital)
Yámpara	Azapa	15-Jul-17	Azapa km 14 Tupay	Recepcion de fiesta patronal
Bravo	Arica	11-Aug-17	Cárcel de Acha	Fiestas Patrias Bolivia
Quispe Paredes	Arica	2-Sep-17	Calle Juan Antonio Ríos	Bautizo
Mamani Alcón	Visviri (Comuna General Lagos)	1-Dec-17	General Lagos Visviri	Asociacion Indigena de ganaderos de la Comuna de General Lagos festival de Esquila
Marza Choque	Azapa	24-Feb-18	Azapa km 14 Tupay	Finalización de carnavales
Choquehuanca	Lluta	24-Mar-18	Restaurante la Aurorita km 3 1/2 Valle Luta	Tarqueada Molinos Carnavales
Castro Mamani	Azapa	24-Mar-18	Hacienda Napolés	Matrimonio
Fernández	Camarones	25 y 26 de julio 2017	Vilacollo	Fiesta Patronal
Mamani Alcón	Camarones	29-06-2017 y 30-06-2017	Pueblo Esquiña	San Pedro San Pablo

Figura 6.14. Cartera de clientes de productoras de eventos andinos en Arica-Parinacota (referencial, año 2018)
Fuente: Registro cartera clientes productora de eventos andinos Arica, 2018

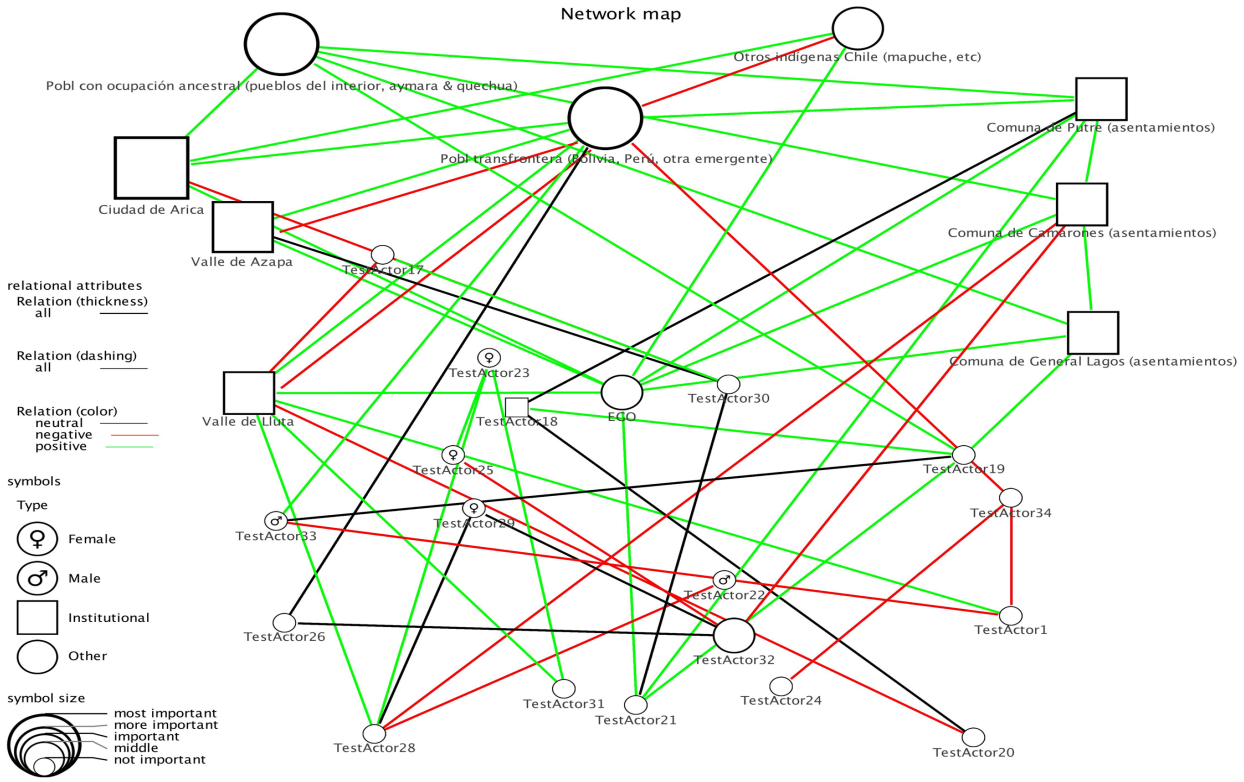


Figura 6.15. Nodos conformados por la contratación de eventos-festividades/ animación y música andina
Fuente: Registro cartera clientes productora de eventos andinos Arica, 2018

Esta oferta se proyecta a espacios locales, comunales, de la región y extra-regionales. En este criterio, ha adoptado además del formato FM, el online, propendiendo al uso de Facebook. Se elabora a través del perfil virtual de los locutores/productores, conocidos por sus nombres personales o ficticios, y el *feedback* emotivo y activo con su audiencia.

Mediante plataformas como Facebook, esta interlocución se edifica con observaciones y/o felicitaciones desde sectores diversos, sea del espacio comunal de Arica, del regional y rural (ej. Sectores del valle de Azapa, Lluta, y/o de altitud como Visviri, Putre o Camarones), así como de la trans-frontera regional (Sea, de contexto meso-regional indígena, siendo una tendencia la asistencia como productora a eventos de Alto Hospicio en Tarapacá, Calama, y el sector andino asociado a ese entorno). En este último caso, se ha observado que los *feedback* provienen desde Bolivia, desde Argentina, y otros sectores menos frecuentes, en invocación a relaciones que soporta la audiencia con el territorio andino regional.

En estos casos, la visibilidad medial se vincula a las comunidades de escucha que definen como pertenencia los locutores/productores, guardando cierto rango de oposición con otras alteridades en el espectro étnico local y fronterizo. Las redes derivadas comprenden ejes espaciales donde se localiza la audiencia/comunidad de referencia, así como de afinidad con el ego del locutor/a.

Esta última dimensión es muy relevante en la formulación, expansión y proyección de la red elaborada con la comunidad de escucha (Figura 6.16). Por esta situación, los locutores buscan mantener una activa y directa relación con los espacios de encuentro (de reunión, festivos patronales, o recreacionales). Ejemplo de esto son los ensayos de agrupaciones de bailes andinos, y con lo referente al Carnaval con la Fuerza del Sol que realiza el Municipio de Arica el mes de febrero.

SOCIOS CLAVE	ACTIVIDADES CLAVE	PROPUESTA DE VALOR	RELACION CON PÚBLICO OBJETIVO	SEGMENTOS DE PÚBLICO OBJETIVO
Municipalidad **Organizaciones funcionales y territoriales**	Elaborar contenidos mediales alusivos a temas recreativos e informativos desde el eje identitario con el territorio. Promoción a la estructura de oportunidades públicas del gobierno local, regional y nacional.	Entregar información de interés local, que permita una comunicación sobre temas de naturaleza sociocultural y socioeconómica entre los miembros del encuadre comunal, y sus miembros radicados en otras zonas urbanas y rurales, en invocación a los elementos compartidos de pertenencia con la localidad y su actualidad. *** Visualización de plataforma informativa para promoción de recursos del territorio, en términos de iniciativas turísticas, sociales y de otra índole asociado a desafíos del desarrollo territorial y la asociatividad comunitaria.*	Relación próxima con características comunitarias. Manejo de códigos socioculturales de la comunicación con su público objetivo y temporalidades locales.	Residentes de las localidades de la comuna. Miembros radicados en otras zonas con interés en el quehacer local, territorial y comunal.
	RECURSOS CLAVES		CANALES	CONTEXTO
	Capital financiero (a través de fondos concursables, y/o apoyo municipal) Inversión en equipo de radiofonía. Programación radial.		Emisión por antena radial, con cobertura limitada (condicionada a la disponibilidad de energía eléctrica). ** Visualización de incorporar emisión virtual en WEB (en algunos casos, se tiende a Facebook)	Intermitencia en programación por situación de la falta sostenibilidad de programas y locutores (no se cobra por realización de programas radiales). Dobles actividades en la elaboración de la oferta mediática (inclusión de roles de dirección, locución y administración) . Presencia y escucha local (histórica) de radios internacionales desde Perú y Bolivia, con fines recreativos e informativos (estas emisoras reproducen música andina, ej. Peruana: Cumbia chicha, Huaynos; Boliviana: Morenada, Caporal, Saya, Tinkus). Existencia de relaciones transnacionales y translocales en las bases del territorio.
ESTRUCTURA DE COSTOS			FLUJO DE INGRESOS	
Director/a de radioemisora. Radio controlador. Mantención de infraestructura de operaciones radiales. Mantención de equipo de radiofonía.			Financiamiento a través de fondos concursables (Fondo de medios sociales regionales), a través de organizaciones territoriales y funcionales. Ingresos eventuales por auspicio de cápsulas informativas de gobierno. Generalmente, no se cobra por ese servicio. Apoyo financiero a través de instrumentos por parte de Municipalidad. Diversificación de actividades productivas-comerciales, y la complementación de diferentes oficios-emprendimientos, desde el ámbito autónomo.	

Figura 6.16. Modelo de gestión programas asociados a productoras de eventos (de corte andinos)

ii) Programas con auspiciadores (sean personas, agrupaciones y/o entidades comerciales)

En este encuadre se concentran las ofertas con una orientación sociocultural, y/o de etnicidad, particularmente (Figura 6.17). Acá los locutores/productores tienen una sintonía hacia temas de actualidad, buscando formular una posición. Elaborando contenido informacional y recreativo, estos programas tienen como centro de acción al locutor, el que gestiona aspectos financieros y de contenido del programa, dándole cierta libertad editorial. En este ámbito, ilustra este aspecto un locutor,

> (…) Yo produzco mi propio programa; por lo tanto, tengo que pagar a la radio para realizar mi programa; y, obviamente, eso me generar una independencia para que yo pueda realizar mi programa, y también poder auto-sustentarnos con auspicio, que es una modalidad que, generalmente, se usa mucho en radio. Yo soy productor de mi programa y conductor de mi programa y, obviamente, le pago a la radio un valor que cobra a todos los otros programas (…) (P15, 52 años, masculino, aymara)

Continúa el actor, observando sus anclajes desde la perspectiva ariqueña andina desde el centro urbano como unidad de operación hacia el escenario indígena y étnico regional,

> (…) Las temáticas centrales son lo que es nuestra identidad, nuestras costumbres, nuestras tradiciones, acorde al calendario las fechas importantes que se van dando durante el año que son propia de nuestra cultura; también destacando y proyectando y fortaleciendo las diferentes tradiciones, eventos también que se están dando en nuestra ciudad, en nuestra urbe; y también la información desde una perspectiva aymara, una perspectiva andina, una perspectiva ariqueña andina, que no es la misma perspectiva que pueda tener que sea otro comunicador que no sea aymara; entonces esa es la parte central, la información cotidiana, también, lo cotidiano, lo que ocurre también en nuestra ciudad como parte también de nuestra ciudad, estar también al tanto de todo lo que ocurre (…) (P15, 52 años, masculino, aymara)

Otro agente, complementa al respecto de este modelo de gestión un programa con orientación a residentes bolivianos,

> (…) nosotros financiamos, no nos aporta nadie más; sino que, más bien, contamos como porcentaje nuestros auspiciadores. En lo que nos queda restando aportamos entre el otro locutor y yo (…) (P1, 55 años, masculino, aymara, Bolivia)

En esta formulación informativa se establece una reflexión crítica en torno a la relación del Estado, la sociedad y el mercado, abordando como contexto la agenda indígena según el Convenio 169 OIT, así como llamando a sensibilizarse con la necesidad de avance en materia de garantía de derechos humanos de segunda y tercera generación, referidos al resguardo, promoción y respeto a la figura de sujetos colectivos y la concepción sociopolítica de territorialidades, así como adoptando como criterio de discriminación ante la alteridad regional el principio de ancestralidad. Visto eso, este tipo de programas se asocian a organizaciones (comunidades y/o asociaciones) indígenas, movimientos sociales, y a líderes de opinión autónomos.

SOCIOS CLAVE **Personas jurídicas y/o naturales.** **Organizaciones funcionales, territoriales, y/o indígenas**	***ACTIVIDADES CLAVE*** Elaborar contenidos mediales alusivos a temas recreativos e informativos desde el eje identitario y de etnicidad con el territorio (referencial o efectivo). Promoción a la actualización sobre el tratamiento de materias asoicadas a su público objetivo.	***PROPUESTA DE VALOR*** Entregar información de interés, que permita una comunicación sobre temas de naturaleza sociocultural, socioeconómica y de etnicidad entre los miembros del encuadre comunal, regional y trans-regional (vía formatos WEB), en invocación a los elementos compartidos de pertenencia con la localidad y su actualidad. *** Visualización de plataforma informativa para promoción de recursos del territorio, en términos de iniciativas turísticas, sociales y de otra índole asociado a desafíos del desarrollo territorial y la asociatividad comunitaria.*	***RELACION CON PÚBLICO OBJETIVO*** Relación próxima con características comunitarias-identitarias, soportando elementos de etnicidad local o translocal. Manejo de códigos socioculturales de la comunicación con su público objetivo y temporalidades locales.	***SEGMENTOS DE PÚBLICO OBJETIVO*** Residentes de las localidades de la comuna perteneciente a un segmento indígena determinado, sea aymara, quechua, mapuche, o de residentes bolivianos (aymara, y/o quechua). Miembros radicados en otras zonas con interés en el quehacer local, territorial y comunal.
	RECURSOS CLAVES Capital financiero para arriendo de espacio radial (a través de auspiciadores, y/o fondos concursables) Elaboración de contenido, a través de elaboración de pauta de temas, y/o formas de comunicación espontáneas frente al micrófono.		***CANALES*** Emisión por antena radial, con cobertura limitada (condicionada a la disponibilidad de energía eléctrica). ** Visualización de incorporar emisión virtual en WEB (en algunos casos, se tiende a Facebook)	**CONTEXTO** Intermitencia en programación por situación de la falta sostenibilidad de programas y locutores (no se cobra por realización de programas radiales). Dobles actividades en la elaboración de la oferta mediática (inclusión de roles de dirección, locución y administración) . Presencia y escucha local (histórica) de radios internacionales desde Perú y Bolivia, con fines recreativos e informativos (estas emisoras reproducen música andina, ej. Peruana: Cumbia chicha, Huaynos; Boliviana: Morenada, Caporal, Saya, Tinkus). Existencia de relaciones transnacionales y translocales en las bases del territorio.
ESTRUCTURA DE COSTOS Director/a de radioemisora. Radio controlador. Mantención de infraestructura de operaciones radiales. Mantención de equipo de radiofonía.			***FLUJO DE INGRESOS*** Financiamiento a través de fondos concursables (Fondo de medios sociales regionales), a través de organizaciones territoriales y funcionales. Ingresos eventuales por auspicio de cápsulas informativas de gobierno. Generalmente, no se cobra por ese servicio. Apoyo financiero a través de instrumentos por parte de Municipalidad.	

Figura 6.17. Modelo de gestión Programas con auspiciadores (sean personas, agrupaciones y/o entidades comerciales)

iii) Programas auto-financiados o con acuerdo de gratuidad y/o pago parcial del espacio medial

La autofinanciación de este tipo de espacios, está vinculada a entidades comunitarias o asociativas, así como a actores que, desde el giro particular, elaboran una oferta informativa (Figura 6.18). En general, éstas mantienen una conflictividad interna que define en rigor la sostenibilidad financiera necesaria para la continuidad del espacio radial, el que es arrendado a la radio.[17]

[17] De hecho, desde las observaciones de los casos estudiados se ilustra este punto. El programa La Voz del Mapuche, originalmente emergió como una apuesta de la asociación mapuches, y luego tuvo que variar su modelo de gestión, ya que no mantuvo el apoyo financiero de la comunidad. De esta forma, el locutor tuvo que adoptar el rol de productor buscando auspiciadores, donde encontró, asociado a su trabajo, a éstos en médicos. Aquello permitió la continuidad del espacio. Por otro lado, está el caso del programa "Raíces de mi pueblo, Ticnamar", dirigido por miembros de la comunidad indígena de Ticnamar que, al cambio de directiva de tal comunidad, y al subir los precios del espacio, definieron no continuar con éste a mediados del año 2017. Sobre este último particular, ilustra una locutora: (…) *El programa, dicen -"No, que para qué ese programa, ese programa es inútil"- en fin. Pero, también, la otra mitad dice -" no poh, es bueno "- porque, a veces, cuando hay reunión ¿Quién comunica? la radio ¿Quién lleva la junta? la radio. Entonces, cuando*

Por la relación contractual privada, en este formato se ha concentrado el mayor número de programas con contenido relativo a etnicidad y, en segundo lugar, de (re)producción de elementos socioculturales.

En este modelo es muy relevante el gestor del programa, y su capacidad para elaborar la financiación de su propuesta informativa. Sea buscando o manteniendo auspiciadores, así como instando la capitalización carismática sobre sí como líder de opinión.

Se busca connotar su presencia en contextos de comunicación social, desde la promoción de la red de miembros en Arica con evocación al territorio local. En su marco se dan elementos básicos de etnicidad, soportado desde el núcleo de una identidad territorial referente a territorios andinos locales y/o translocales.

SOCIOS CLAVE **Municipalidad** **Organizaciones funcionales y territoriales**	***ACTIVIDADES CLAVE*** Elaborar contenidos mediales alusivos a temas recreativos e informativos desde el eje identitario con el territorio. Promoción a la estructura de oportunidades públicas del gobierno local, regional y nacional.	***PROPUESTA DE VALOR*** Entregar información de interés local, que permita una comunicación sobre temas de naturaleza sociocultural y socioeconómica entre los miembros del encuadre comunal, y sus miembros radicados en otras zonas urbanas y rurales, en invocación a los elementos compartidos de pertenencia con la localidad y su actualidad. *** Visualización de plataforma informativa para promoción de recursos del territorio, en términos de iniciativas turísticas, sociales y de otra índole asociado a desafíos del desarrollo territorial y la asociatividad comunitaria.*	***RELACION CON PÚBLICO OBJETIVO*** Relación próxima con características comunitarias. Manejo de códigos socioculturales de la comunicación con su público objetivo y temporalidades locales.	***SEGMENTOS DE PÚBLICO OBJETIVO*** Residentes de las localidades de la comuna. Miembros radicados en otras zonas con interés en el quehacer local, territorial y comunal.
	RECURSOS CLAVES Capital financiero (a través de fondos concursables, y/o apoyo municipal) Inversión en equipo de radiofonía. Programación radial.		***CANALES*** Emisión por antena radial, con cobertura limitada (condicionada a la disponibilidad de energía eléctrica). ** Visualización de incorporar emisión virtual en WEB (en algunos casos, se tiende a Facebook)	**CONTEXTO** Intermitencia en programación por situación de la falta sostenibilidad de programas y locutores (no se cobra por realización de programas radiales). Dobles actividades en la elaboración de la oferta mediática (inclusión de roles de dirección, locución y administración) . Presencia y escucha local (histórica) de radios internacionales desde Perú y Bolivia, con fines recreativos e informativos (estas emisoras reproducen música andina, ej. Peruana: Cumbia chicha, Huaynos; Boliviana: Morenada, Caporal, Saya, Tinkus). Existencia de relaciones transnacionales y translocales en las bases del territorio.
ESTRUCTURA DE COSTOS Director/a de radioemisora. Radio controlador. Mantención de infraestructura de operaciones radiales. Mantención de equipo de radiofonía.			***FLUJO DE INGRESOS*** Financiamiento a través de fondos concursables (Fondo de medios sociales regionales), a través de organizaciones territoriales y funcionales. Ingresos eventuales por auspicio de cápsulas informativas de gobierno. Generalmente, no se cobra por ese servicio. Apoyo financiero a través de instrumentos por parte de Municipalidad.	

Figura 6.18. Programas auto-financiados o con acuerdo de gratuidad y/o pago parcial del espacio medial

hay estas demandas que nosotros tenemos, y decimos los resultados ya cuando hemos vencido, Porque antes de vencer no podemos decir, ya cuando hemos vencido, decimos -" mira, esta demanda se ganó, por ésto, por ésto, por ésto"- y se le explica a la gente (…) (P2, 69 años, femenino, aymara)

Programas según radios de vinculación con el medio

De acuerdo a radios de vinculación, es posible observar dos modelos de gestión de los programas radiales u oferta informativa. Estos programas pueden clasificarse en: i) Programas auto-financiados, o sin costo de emisión por parte de la entidad radial; y, ii) Programas con financiamiento concursable, o proyectos específicos (vía apalancamiento de recursos públicos o privados).

i) Programas auto-financiados o sin costo de emisión por parte de la entidad radial

Estos programas se asocian a la validación que realiza la institución de base sobre su formato, contenido y sentido (Figura 6.19). Tienden a ser la expresión de la "vinculación con el medio" de las instituciones, presentando su estructura de ofertas o avances en materia de gestión. Tiende a tener relevancia más lo señalado que la figura del locutor/productor. Por lo mismo, su vinculación con redes indígenas es tenue, y tiende a no proyectarse, porque además carece de autonomía o representatividad con la expectativa de consumo medial de las comunidades de escucha indígena.

En la ejecución de actividades mediales, los costos son asumidos por la institución; mientras que los costos de gestión de contenido, transporte para asistir a sesiones, así como salario de los locutores/productores suelen no ser cubiertos. De esta forma, el pago de los locutores puede contener una asociación con algún empleo público u institucional-comunitario, donde hacer radio se vincula como una actividad más -esto especialmente en los casos de gestión municipal o de instituciones como la universidad-. O, en su defecto, como un trabajo *ad honorem*, donde el locutor/productor sostiene su participación en la estructura de actividades desde la vocación para con la comunicación social o con el interés y comprensión de la importancia de un medio comunitario, teniendo, generalmente, su proyección un tiempo limitado, por cuestiones de otras urgencias y la precarización de su condición de gestión.

SOCIOS CLAVE **Municipalidad** **Organizaciones funcionales y territoriales**	***ACTIVIDADES CLAVE*** Elaborar contenidos mediales alusivos a temas recreativos e informativos desde el eje identitario con el territorio. Promoción a la estructura de oportunidades públicas del gobierno local, regional y nacional.	***PROPUESTA DE VALOR*** Entregar información de interés local, que permita una comunicación sobre temas de naturaleza sociocultural y socioeconómica entre los miembros del encuadre comunal, y sus miembros radicados en otras zonas urbanas y rurales, en invocación a los elementos compartidos de pertenencia con la localidad y su actualidad. *** Visualización de plataforma informativa para promoción de recursos del territorio, en términos de iniciativas turísticas, sociales y de otra índole asociado a desafíos del desarrollo territorial y la asociatividad comunitaria.*	***RELACION CON PÚBLICO OBJETIVO*** Relación próxima con características comunitarias. Manejo de códigos socioculturales de la comunicación con su público objetivo y temporalidades locales.	***SEGMENTOS DE PÚBLICO OBJETIVO*** Residentes de las localidades de la comuna. Miembros radicados en otras zonas con interés en el quehacer local, territorial y comunal.
	RECURSOS CLAVES Capital financiero (a través de fondos concursables, y/o apoyo municipal) Inversión en equipo de radiofonía. Programación radial.		***CANALES*** Emisión por antena radial, con cobertura limitada (condicionada a la disponibilidad de energía eléctrica). ** Visualización de incorporar emisión virtual en WEB (en algunos casos, se tiende a Facebook)	***CONTEXTO*** Intermitencia en programación por situación de la falta sostenibilidad de programas y locutores (no se cobra por realización de programas radiales). Dobles actividades en la elaboración de la oferta mediática (inclusión de roles de dirección, locución y administración) . Presencia y escucha local (histórica) de radios internacionales desde Perú y Bolivia, con fines recreativos e informativos (estas emisoras reproducen música andina, ej. Peruana: Cumbia chicha, Huaynos; Boliviana: Morenada, Caporal, Saya, Tinkus). Existencia de relaciones transnacionales y translocales en las bases del territorio.
ESTRUCTURA DE COSTOS Director/a de radioemisora. Radio controlador. Mantención de infraestructura de operaciones radiales. Mantención de equipo de radiofonía.			***FLUJO DE INGRESOS*** Financiamiento a través de fondos concursables (Fondo de medios sociales regionales), a través de organizaciones territoriales y funcionales. Ingresos eventuales por auspicio de cápsulas informativas de gobierno. Generalmente, no se cobra por ese servicio. Apoyo financiero a través de instrumentos por parte de Municipalidad.	

Figura 6.19. Modelo de programas auto-financiados o sin costo de emisión por parte de la entidad radial

ii) Programas con financiamiento concursable, o proyectos específicos

Estos espacios resultan de la generación de iniciativas que han logrado apalancar recursos específicos para la generación de una apuesta comunicativa, destinada a "acercar" la información a la población local (Figura 6.20). O, también, como un producto demandado por agentes que ejecutan fondos públicos vía figura de licitaciones o convenios marco. Generalmente, su duración es acotada al horizonte de vida de la iniciativa de proyecto, no proyectándose como una oferta informativa de mediano y largo plazo. Asimismo, su énfasis suele ser instrumental y centrado en la promoción del multiculturalismo y la etnogubernamentalización.

SOCIOS CLAVE **Municipalidad** **Organizaciones funcionales y territoriales**	***ACTIVIDADES CLAVE*** Elaborar contenidos mediales alusivos a temas recreativos e informativos desde el eje identitario con el territorio. Promoción a la estructura de oportunidades públicas del gobierno local, regional y nacional.	***PROPUESTA DE VALOR*** Entregar información de interés local, que permita una comunicación sobre temas de naturaleza sociocultural y socioeconómica entre los miembros del encuadre comunal, y sus miembros radicados en otras zonas urbanas y rurales, en invocación a los elementos compartidos de pertenencia con la localidad y su actualidad. *** Visualización de plataforma informativa para promoción de recursos del territorio, en términos de iniciativas turísticas, sociales y de otra índole asociado a desafíos del desarrollo territorial y la asociatividad comunitaria.*	***RELACION CON PÚBLICO OBJETIVO*** Relación próxima con características comunitarias. Manejo de códigos socioculturales de la comunicación con su público objetivo y temporalidades locales.	***SEGMENTOS DE PÚBLICO OBJETIVO*** Residentes de las localidades de la comuna. Miembros radicados en otras zonas con interés en el quehacer local, territorial y comunal.
	RECURSOS CLAVES Capital financiero (a través de fondos concursables, y/o apoyo municipal) Inversión en equipo de radiofonía. Programación radial.		***CANALES*** Emisión por antena radial, con cobertura limitada (condicionada a la disponibilidad de energía eléctrica). ** Visualización de incorporar emisión virtual en WEB (en algunos casos, se tiende a Facebook)	**CONTEXTO** Intermitencia en programación por situación de la falta sostenibilidad de programas y locutores (no se cobra por realización de programas radiales). Dobles actividades en la elaboración de la oferta mediática (inclusión de roles de dirección, locución y administración) . Presencia y escucha local (histórica) de radios internacionales desde Perú y Bolivia, con fines recreativos e informativos (estas emisoras reproducen música andina, ej. Peruana: Cumbia chicha, Huaynos; Boliviana: Morenada, Caporal, Saya, Tinkus). Existencia de relaciones transnacionales y translocales en las bases del territorio.
ESTRUCTURA DE COSTOS Director/a de radioemisora. Radio controlador. Mantención de infraestructura de operaciones radiales. Mantención de equipo de radiofonía.			***FLUJO DE INGRESOS*** Financiamiento a través de fondos concursables (Fondo de medios sociales regionales), a través de organizaciones territoriales y funcionales. Ingresos eventuales por auspicio de cápsulas informativas de gobierno. Generalmente, no se cobra por ese servicio. Apoyo financiero a través de instrumentos por parte de Municipalidad.	

Figura 6.20. Modelo de programas con financiamiento concursable, o proyectos específicos

6.5 SÍNTESIS

En este capítulo, se abordó los elementos asociados a la situación de pluralismo informativo estructural. Se describió el contexto de emergencia de la radio con propiedad de personas indígenas en el sistema concesionario FM, para luego pasar a la clasificación del fenómeno de radios en correspondencia a sus modelos de gestión. En este particular, se pasó a caracterizar los modelos de gestión de programas radiales. Atendiendo esto, se consideraron relevantes los siguientes hallazgos:

1. La introducción de *radios con foco en pueblos originarios en el sistema concesionado FM*, se asocia al retorno de la democracia en Chile. Con esto, se da la instalación del multiculturalismo neoliberal comprendido en la producción de una etnogubernamentalidad, que operó cristalizando la diversidad interna a los pueblos originarios de frontera en el caso de estudio.

2. En ese plano, el *Estado ha apuntado a la subvención de las emisoras con reputación indígena desde la década de 1990*. Como antecedente, en la década de 1980, se dan experiencias de formulación de oferta informativa indígena vía la suscripción de un miembro quien mantuvo un programa en la

entonces Radio Universidad de Tarapacá. Paralelamente, se estimó necesario formular un mensaje regular hacia una población objetivo no considerada por los medios de comunicación social, con lo que se dio el diseño y puesta en operación de una estación radial al alero de la Municipalidad en Putre, conocida como Radio Parinacota. Esas experiencias quedaron en el imaginario social de la trayectoria de la radio con suscripción indígena, y sirvió como antecedentes para la emergencia de Radio Andina en la ciudad de Arica -en un flanco más ecléctico, y que toma como publico objetivo a los miembros indígenas, también está la Radio Frecuencia Tropical-. En la década de 1990, emergen radios con referencia a las alteridades andinas, propiamente. Esto último fue concebido como una necesidad de desarrollo. Hasta entonces no había una radio indígena en la ciudad de Arica, lugar que concentraba, ya en esa época, a dos tercios de la población indígena regional. Con esta acción se buscó instalar en la esfera comunicativa la perspectiva de pueblos. En este caso, desde un enfoque restrictivo que se centró en la visibilidad del constructo aymara, y su historicidad/etnicidad. El modelo de gestión de radios tuvo una realización vía la figura privada, operativa a la subvención del Estado. Antes de esta apuesta, las demandas de información y música con tendencia andina fueron satisfechas mediante la recepción de radios de transfrontera o música compacta, así como por la formulación puntual de música sound, chicha, etc. En medios locales.

3. Existen *dos modos de organización de radios, que surgen como modelos verticales de comunicación y que transitan hacia modelos horizontales, desde la década de 2000, a través de la inclusión de tecnología de la información, que sirve de fundamento para la activa participación del locutor/productor como líder de opinión y mediador de la percepción de la actualidad en sus comunidades de escucha*. Uno, el modo comercial que se centra en la rentabilidad financiera de la emisora vía las figuras de arriendo de espacios en el éter y de avisaje, que agrupa a la mayoría de oferta informativa indígena. Estas ofertas guardan un correlato con comunidades de escucha y espacios de concentración indígena en Arica, Azapa, Lluta y pueblos del interior. Dos, el modo de vinculación con el medio, que se hayan asociadas a instituciones que soportan el costo de la emisora y su operación, generando una oferta informativa coherente con su objetivo de proyectar una visión/misión en la sociedad. Este último modo de organización guarda un débil correlato con comunidades de escucha indígena, a no ser que se vinculen por factores aditivos como la religión o pertenencia institucional -en este caso tenemos a los programas con tendencia religiosa, por ejemplo.

4. Dado lo mencionado, los modelos de gestión de programas con tendencia indígenas visualizan poblaciones objetivo en *comunidades de escuchas en mutua exclusión*, en función a diferenciaciones socioculturales y étnicas de frontera.

5. Las radios comerciales y las de vinculación con el medio convienen *diferentes modelos de gestión de programas en su oferta informativa*. En el caso de radios comerciales, los programas se clasifican en: i) asociados a productoras de eventos andinos; ii) asociados a auspiciadores, que tienden a suscribir también pertenencia indígena o correlato con espacios andinos en la ciudad y valles; y, iii) autofinanciados o con acuerdo de gratuidad y/o pago parcial de espacios éter. En lo siguiente, en el caso de las emisoras de vinculación con el medio han sido observados los siguientes modelos: i) autofinanciados, o sin costo del espacio radial, haciéndose cargo el locutor/productor de gastos operacionales como transporte, formulación de contenido y otros asociados a la ejecución de sesiones en el éter; y, ii) con financiamiento concursable, o proyectos específicos públicos o privados, que se orientan por el horizonte de vida de las iniciativas en específico.

7. RESULTADOS. Pluralismo informativo interno

En el presente capítulo, se analizan los discursos socioculturales y de etnicidad implícitos en el fenómeno, y la teoría sustantiva consecuente derivada de la vinculación entre los agentes. Asimismo, se deriva al análisis de la audiencia y sus espacios de concurrencia, en la medida en que existe una correlación entre audiencia y espacios de concentración histórica y actual indígena.

7.1 COMUNICACIÓN RADIAL Y COMUNIDADES DIFERENCIADAS

El sistema comunicativo radial que opera en el segmento de producción de contenido y escucha indígena, está definido por las clasificaciones (trans)fronterizas que comprenden, internamente, al constructo indígena regional. Éste configura la comunicación folk consecuente, asumiendo criterios de modelo horizontal, cualificado por la interacción del mensaje en contexto dialógico y socioculturalmente codificado, posibilitado por la yuxtaposición de formatos analógicos (radio FM) con otros digitales, reunidos por un correlato colectivo con capacidad de acción y de sentido, así como con diferenciación de espacios de localización (Figura 7.1).

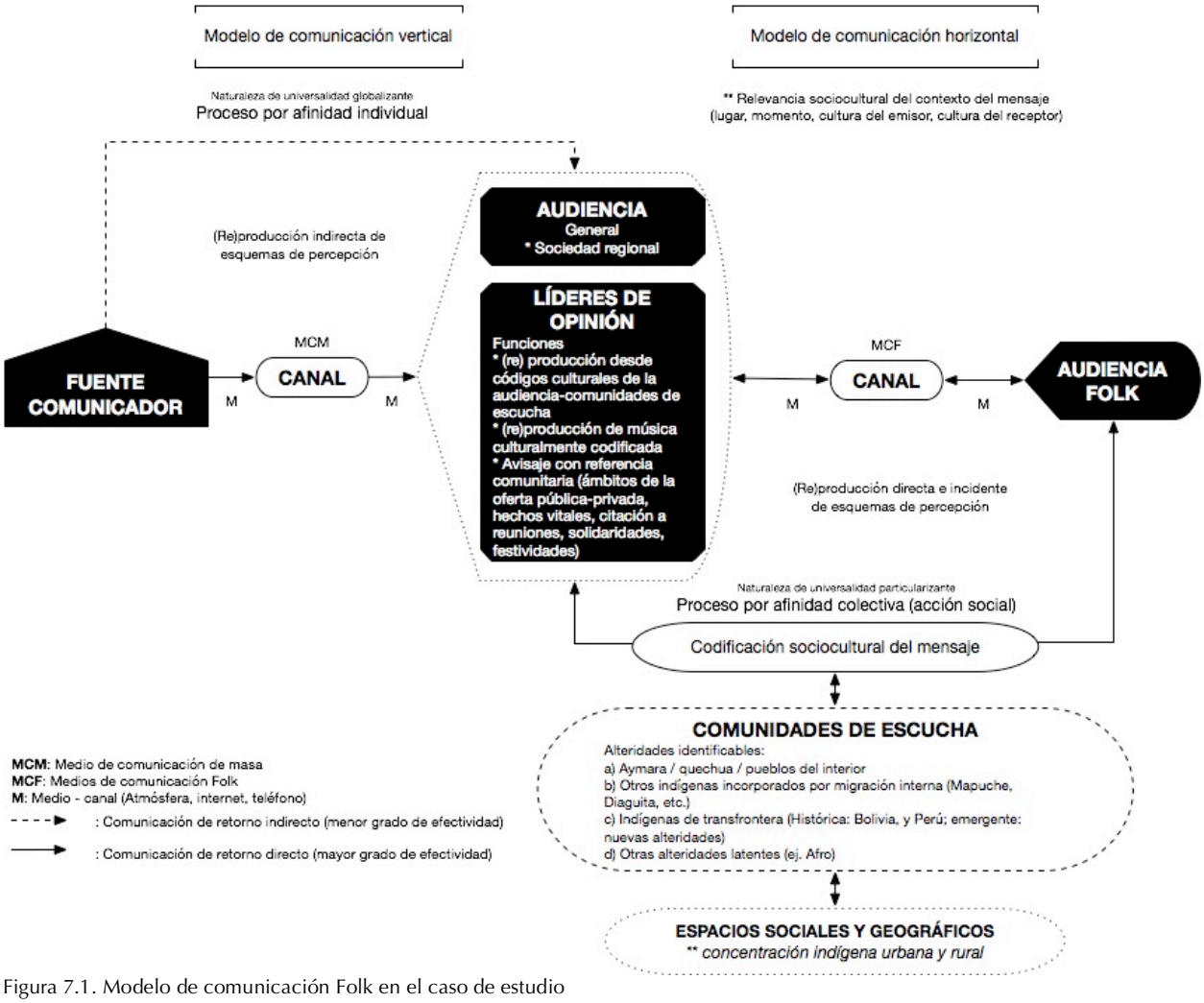


Figura 7.1. Modelo de comunicación Folk en el caso de estudio

Asumiendo roles deliberativos, garantes y docentes sobre elementos de identidad sociocultural y de etnicidad, se elabora el sentido de *alteridad relacional.*[1]Es decir, que comprende un conjunto de epistemologías desde lo que se formula la diferenciación sociocultural, a través del establecimiento de puntos de vista privilegiados y no privilegiados que cohabitan en un sistema en situación de frontera "*abierta*". Al respecto, sostiene un actor,

> (…) Arica es una ciudad fronteriza y hay mucho residente boliviano; aquí hay mucha gente residente peruano, mucha gente de paso boliviana. Todos nosotros, en su gran mayoría, tenemos familia en la frontera. Producto de que esto va a seguir siendo siempre, hay una frontera abierta. Entonces, hoy día la misma música que se escucha en Bolivia, en La Paz, se escucha acá en Arica; la misma música que se escucha en Lima, en pueblos del sur del Perú, se escucha acá. Y entonces, no podemos negar esa condición. Bajo esa condición vamos a estar siempre comunicados, siempre socialmente vistos y adscritos a lo que puedan pensar el Estado; pero, con la gran salvedad que nosotros vibramos con nuestra música. No tenemos fronteras ni en Chile, Perú y Bolivia (…) (P20, 50 años, masculino, aymara)

Complementa otra actora,

> (…) Somos zona fronteriza y tenemos un mix de gente, de costumbres distintas. Tenemos al personaje boliviano, al personaje peruano, cada uno con su estilo que se van insertando acá en Arica. Entonces, también se insertan sus costumbres y su música. Y es algo que va avanzando y no solo en costumbres, en otros aspectos también (…) (P41, 39 años, femenino, aymara)

Ora la imputación de complejidad en la validación de un "*nosotros*" respecto de "*otros*", su definición no es unívoca "indígena".[2] Es decir, no hay aymara, quechuas y/o mapuches, propiamente de manera auto-realizable. Hay tales, sí, pero unidos a categorías conectadas con intersecciones que dicen relación a otros planos socioculturales, de género, etarios, territoriales y socioeconómicos, con los que se configuran los escenarios situacionales y complejos de estratificaciones de las relaciones colectivas e individuales posibles. Este elemento es esencial, ya que configura el sistema comunicativo social indígena, y sus clasificaciones internas. Este sentido, nota un actor,

> (…) Me considero parte de un pueblo indígena, soy diaguita; pero, me considero más aymara que diaguita, por la gente con la que me relaciono y en el mundo donde vivo es un mundo aymara, con la cultura viva del valle de Azapa y toda esa mística que tiene nuestro valle. El tratamiento del tema indígena acá en la radio es bastante abierto, acá no hay ningún problema en tocar temáticas sociales indígenas. Sobretodo, porque el sentido que tiene la radio es comunicar lo que siente la gente indígena que de repente, a lo mejor por un tema de cultura, le cuesta un poco expresarse; es un poco más introvertido que la gente normal, y a través de nosotros, que somos los locutores, la voz de ellos, expresar sus sentimientos y demostrar que están creciendo, que son parte de una cultura viva y que se profesionalizan. Es gente común y corriente, normal al igual que todos y somos todos iguales (…) (P37, 37 años, masculino, diaguita)

---

[1] Con esta noción se apela al perspectivismo propuesto por Viveiros de Castro (1992, 1998, 2002). Desde el análisis de casos etnográficos de sistemas de clasificación y ontologías de pueblos originarios del Amazonas, el autor sostiene que, en el contexto del relacionamiento social, se establecen epistemologías situadas, desde donde se elabora la alteridad relativa. Desde ahí, se definen jerarquías y el poder/visibilidad de subjetividades. Aquí, se da un control del otro, desde el intercambio simbólico de puntos de vista, donde una subjetividad prima, objetivándose. Consecuentemente, se establecen puntos de vista privilegiados, que se apropian de la definición de lo otro para sí, en una economía simbólica que otorga elementos de clasificación y de (auto)representación.

[2] A fines del S. XX, posterior a la época de asimilación, desde el retorno a la democracia en Chile, se establece un campo etnoburocrático intercultural, que buscó institucionalizar, desde el Estado, acciones de integración indígena, implementando una redefinición de la relación Estado-comunidades y nuevas tecnologías de saber-poder para su abordaje (Boccara 2007, 2015). Asumiendo el multiculturalismo como hecho social dado, se dio como consecuencia la reducción de complejidad del fenómeno, incorporándolo en un procesamiento socialdemócrata y neoliberal en calidad de "etnias" y, actualmente, en clave del abordaje de la concepción de "pueblos" según la ratificación (2008) del Convenio 169 de la Organización Internacional del Trabajo (OIT). Buscando promover la diferencia sociocultural indígena y su inscripción en la condición de ciudadanía cultural, el Estado a través de la Ley 19.253 del año 1993, estableció, con colaboración de organizaciones y especialistas de la época, una clasificación de las alteridades nacionales indígenas. Reduciendo la complejidad del fenómeno, aquello fue legitimado y tomado como propio por el mundo indígena, primando tales opciones de subscripción ante la apelación a una visibilidad del ámbito y su capitalización. Esto supuso un avance en la materia; otorgando, a su vez, condicionamientos a la comprensión de las Ciencias Sociales. Así, fue dado hacer estudios de caso sobre aymara, quechuas, mapuches, etc. Como si se tratara de unidades en sí. No obstante, se desconoció la condición sociológica de la alteridad: las negociaciones y lo relacional asociado a formas históricas de organización política y de procesamiento local de la diferencia (Boccara 2015; Gundermann 1998). Esto, porque, como sostiene Giménez (2006, 2009), entendiendo por sujeto étnico a la persona que se adscribe a un grupo social diferenciado culturalmente de otros, la identidad constituye la dimensión subjetiva que estos actores tienen de sí mismos y de los otros que se realiza desde la perspectiva de sus miembros y sus vinculaciones.

Así, el acto de comunicar masivamente es una codificación dirigida a audiencias específicas, complementarias y/o excluyentes, puestas en una negociación. Se define por su intencionalidad y público objetivo, donde el comunicar, como acto, está vinculado a agentes que comparten elementos de consenso en la diversidad, externa e interna. De este modo, se da una configuración de comunidades comunicativas indígenas (Figura 7.1).

Esta última dimensión mencionada, juega un rol relevante y estructurador de la elaboración de los contenidos asociados y dispuestos a la interacción mediática, la que el algún grado se expresa como estratificada por adscripción de origen indígena. Considerando su diversidad, se puede proponer la siguiente clasificación de audiencias en estos esquemas comunicativos, en torno a los que se define el sistema comunicativo de radios, y los programas concretos:

i. Referente a la audiencia de colectividades de los pueblos del interior de Arica;

ii. Referente a las colectividades provenientes de otras regiones del país, donde prima la emergencia de elementos aymara, quechua y mapuche; y,

iii. Referente a colectividades de la (trans)frontera con Bolivia y Perú, con adscripción especialmente aymara, y radicación en la ciudad de Arica, y valles costeros de Lluta y Azapa.

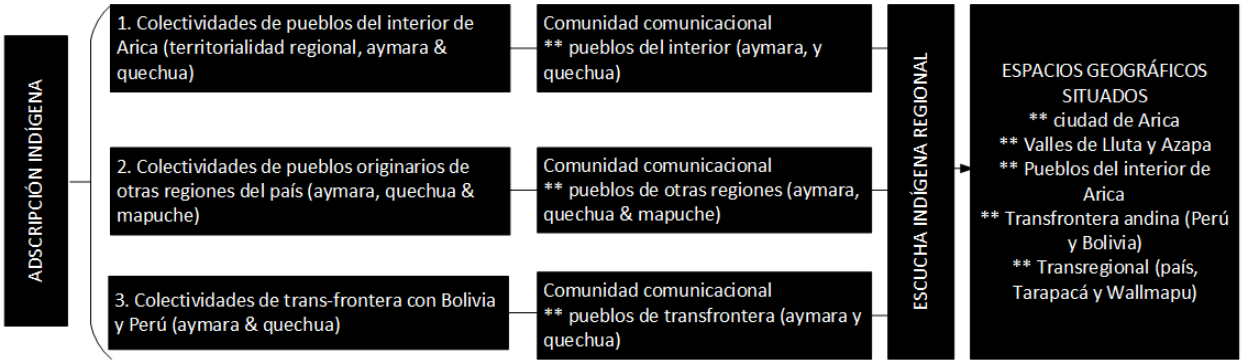


Figura 7.1. Alteridades principales en el sistema comunicativo

Estas diferenciaciones son relevantes en el circuito comunicativo radial, y su inserción en planos de pluralismo estructural e interno. Dando curso a la elaboración de agendas mediáticas específicas –y, a veces, excluyentes–, se da el fenómeno comunicativo mediante la imputación de diferenciaciones internas y externas en los grupos, que invoca un sistema de estatus para la visibilización del contenido sociocultural y de etnicidad indígena que convoquen. En este orden, radios, direcciones y programas han definido su orientación y agenda mediática, sosteniendo su influencia en circuitos relativamente corporativizados de actores (Figura 7.2).

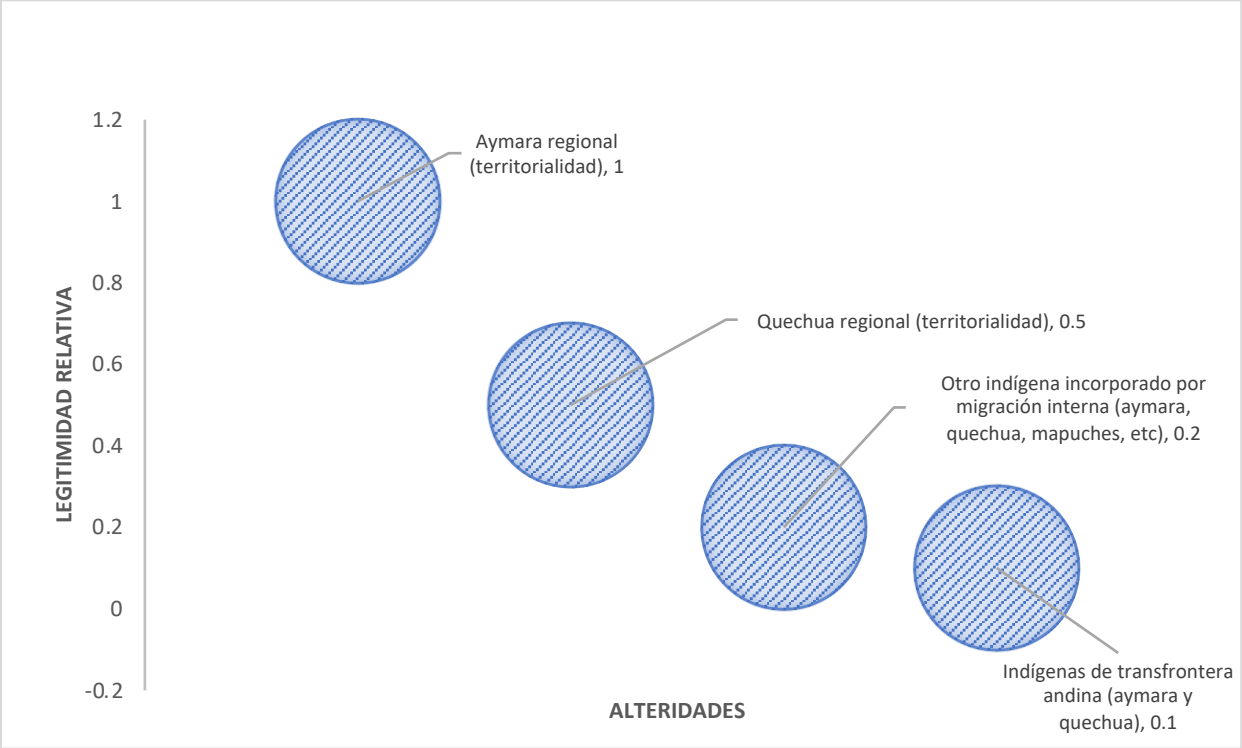


Figura 7.2. Legitimidad relativa[3] según alteridades indígenas en radios, y sistema de estatus observado
*** Valoración en escala 0 a 1, que implica una jerarquía en un sistema ascendente de estatus según observación y mesura situacional. Fines representativos.*
*** Eventual incorporación de otras alteridades al sistema según la negociación, inclusión y puesta en visibilidad étnica de grupos históricos del territorio o incluidos por procesos de globalización y (trans)frontera*

Sosteniendo argumentos asociados a la pertenencia con los territorios, los actores construyen un modelo de relaciones que reconoce su diferenciación interna y genera complementaciones en la gestión del contenido indígena, no sin conflictos. De tal forma, el constructo nacional juega un rol primordial que da conformación a una jerarquización relativa que produce visibilidades socioculturales y de etnicidad desiguales. Esto, por las agendas específicas de cada grupo, así como por el sentido de pertenencia. Asumiendo esto, en asociación a elementos argumentativos de pre-existencia en el área, los grupos aymara y quechua de los pueblos del interior, mantienen una primera visibilidad, derivando en algunos casos en etnicidades. Segundo, por adscripción nacional chilena y pertenencia indígena, sea aymara, quechua, y/o mapuche, se asocian colectividades con un énfasis sociocultural, a través del fortalecimiento de su unidad colectiva como entidad evocativa de su territorio original, o como soporte de solidaridad/oposición. Tercero, se adscriben las colectividades de (trans)frontera, y sus apuestas de fortalecer una perspectiva nacional y sociocultural, orientando una agenda específicamente sociocultural en la Región. Complementariamente, se dan casos de afrodescendientes que pugnan con estos grupos en términos de la definición indígena o tribal que se les reconoce.

7.2 PROGRAMAS INDÍGENAS Y ESCENARIO DE ELABORACIÓN DE CONTENIDOS

Los contenidos producidos por los comunicadores se refieren a configuraciones específicas de audiencia/locutor/a. Con tiempos y dicciones del contexto, estos contenidos tienen como anclaje común: la

[3] Por legitimidad relativa, entiéndase a la apelación y reconocimiento contextual de derechos de origen, basados en la auto-justificación de una filiación con la ocupación continua e histórica del territorio. Otorga contenido moral específico para arrogarse la representatividad, a través de dimensiones de consenso y sentido, que excluyen a otras alteridades de naturaleza similar. Aquello, fundamentado por la clasificación indígena que establece y/o reconoce el Estado, acorde a sus parámetros de soberanía y dominación, actuando en la discriminación interna de los grupos ante la ejecución de sus relaciones sociales, y en la elaboración de sus proyectos de sociedad (Habermas 1999; Weber 1971).

promoción de elementos socioculturales; desde donde emergen dimensiones de etnicidad, de manera situacional. Observa un locutor aspectos de sus razones para generar un programa radial,

> (…) Yo me considero y soy aymara, padre y madre aymara hablantes, por lo tanto, pertenezco a la cultura aymara, y en este descubrir, es el motivo por el cual estoy en esto, y cada vez voy redescubriendo y también, construyendo lo que puedo a nuestra cultura. Me identifico con mi cultura, mi cultura aymara, y porque he tenido la oportunidad igual de conocer y de estar en diferentes encuentros importantes, seminarios, ya sea todo lo que trata la temática indígena; y, obviamente, por reencontrarme también y compartir esas experiencias con toda la gente, y aprender también. Hay una retroalimentación y ese es el objetivo; un trabajo muy arduo y también por el hecho de no ver o encontrar programas de esta línea, a pesar de que es una ciudad que tiene una fuerte presencia y bueno, esta ciudad es una ciudad de origen aymara, creo que ese también ha sido la razón por la cual proyectar la cultura, simplemente por reencontrarse y valorar lo que somos (…) (P15, 52 años, masculino, aymara)

Esto último, se da vinculado a un fenómeno de inequidad visualizado como contingente. En diferentes casos se expresa como una desigualdad estructural, y la necesidad de promover propios y alternativos conductos de comunicación social que se complementa a los de mayor penetración como la radio, la TV nacional e internet. Aquí, los programas indígenas aparecen como una oferta con matices reivindicativos hacia una demanda de información específica de interés por parte de las comunidades y asociaciones indígenas, urbanas y rurales, desde la figuración de códigos específicos de diálogo medial. Observa el anterior locutor al respecto,

> (…) Comenzó el interés por las comunicaciones por difundir y proyectar lo que es nuestra cultura, nuestra identidad. Las motivaciones principales han sido proyectar nuestra cultura; aprender a apoyar, aprender y compartir con la comunidad todo lo que se ha heredado de nuestros abuelos y todo lo que se requiere también proyectar para que no se pierda; lo fundamental es descubrir e ir redescubriendo lo que son las costumbres, las tradiciones en nuestra ciudad, en nuestra urbe y, también, en nuestros pueblos y nuestros valles; con todo lo que hemos ido avanzando, el medio de comunicación es una importante herramienta para lograr esos objetivos (…) (P15, 52 años, masculino, aymara)

Conforme a la referencia de los pueblos indígenas que realizó la Ley Nº 19.253[4], y su correlato con las ocupaciones históricas del área del interior de Arica, las diferenciaciones culturales provienen de diferentes fuentes de identidad colectiva propias del área, actuando los planos de diferenciación interna en la estratificación étnica[5] existente en el entorno regional. Esto da un escenario que visibiliza e invisibiliza alteridades, las que, a su vez, sostienen relaciones dialécticas entre sí.

En este sentido, los colectivos diferencian tres ejes de adscripción elemental, que redundan en estatus diferentes ante la elaboración de contenido y definición de público objetivo: 1) el que se refiere a los pueblos del interior de Arica, y su vinculación a la ocupación ancestral y modulación nacional; 2) el que se refiere a indígenas de inmigraciones internas (históricas y actuales), sean aymara, quechua o mapuche, con lugar de origen en otras regiones del país; y, 3) el que se refiere a inmigrantes de la (trans)frontera con Bolivia y Perú con adscripción aymara y/o quechua[6]. Estas diferenciaciones se producen en sub-campos, que se

[4] Esta ley normó el ámbito indígena ante el Estado y las comunidades, reformulando sus alteridades. Soportados en su suscripción, fue emergiendo clasificaciones indígenas según la ponderación de variables de contexto, referidas a la nacionalidad, el territorio de origen, la identidad subjetiva y la trayectoria biográfica de los sujetos. De tal modo, se definió, originalmente, al territorio como aymara; no obstante, en la actualidad, emergen identidades quechuas, y afrodescendientes que se intersectan en agendas paralelas y disputas veladas, sostenidas sobre la acción que ha tenido la norma en la auto-determinación.

[5] En este sentido, los colectivos que articulan su etnicidad en un origen afro-chileno, y con una agenda pública de reivindicación hacia el Estado, son elementos exógenos al ámbito indígena, propiamente. Éstos se refieren a una relación étnica, y han instalado su demanda en el reconocimiento de su diferencia cultural en tanto entidad tribal, buscando comprenderse en la conceptualización de pueblo que realiza el instrumento internacional del Convenio 169 de la OIT, artículo 1, inciso a). En lo concreto, se mantienen agendas paralelas con el entorno indígena regional.

[6] Estos contingentes provienen de flujos fronterizos históricos y actuales. Desde el énfasis histórico, provienen de procesos vinculados a las economías de caravaneos y arrieraje regional, así como de la incorporación a las factorías de enclave –salitreras y explotaciones de mineras altoandinas–, en torno a lo que generaron arreglos de parentesco vía alianza (matrimonios, o relaciones de hecho) con miembros locales, mediante lo que se instalaron en la ascendencia de los grupos de descendencia de los sistemas de propiedad de la tierra indígena (Cerna, Samit & Véliz 2018). Desde el énfasis actual, provienen de la interacción económica, comercial y social con la frontera, generando arreglos de subsistencia en la ciudad de Arica y en los espacios rurales –en estos últimos, conforme a instalarse como fuerza laboral agropecuaria en los enclaves de valles costeros, precordillera y altiplano según arreglos no pecuniarios y/o pecuniarios– (S. González 2014).

interrelacionan y oponen contextualmente, los que pueden derivar en eventuales conflictos organizacionales e intersubjetivos sobre la legitimidad de la alteridad indígena.

En un caso, responden a demandas generales en el constructo "indígena", y su capacidad inclusiva ante temas de desarrollo socioeconómico y cultural, adosándose a la invocación de elementos de etnicidad en torno a la agenda indígena, en el contexto del derecho internacional y la agenda nacional en tal coordenada. En otro caso, se articula un escenario de contenidos a propósito de los pueblos del interior, que va anclando un pool de temas específicos y con antecedentes en el proceso regional de vinculación territorial de la ecuación Estado, sociedad y mercado, y su itinerario con el devenir de los pueblos del interior. En este último término, el constructo de territorialidad, en la discreción nacional, emerge con un sub-campo de relaciones, que incorpora elementos de complejidad vinculados a la pertenencia a un pueblo (lógica toledana del S. XVI), y la incorporación a los sistemas de tenencia y propiedad de la tierra y aguas.

7.3 OFICIO DE LOCUTOR Y SU TRAYECTORIA

Al margen de la formación académica en comunicación social, el oficio de locutor/a[7] ha seguido un itinerario informal, asociado a la vocación individual para expresarse en público.[8] Notando los criterios de aptitud comunicativa, a continuación, nota un locutor,

> (…) mi tema con las comunicaciones nace cuando mis primos tenían un grupo musical tropical, que estaban recién incursionando en el ambiente cumbias en ese tiempo. Entonces, ellos vieron en mí como un potencial. Yo siempre fui bueno para hablar en todo caso, para comunicarme y, empecé en radio Andina a los 17 años. Sí, súper pequeño, menor de edad; pero, yo llegué al micrófono y no hablaba mucho tampoco. Yo dije "ah lo voy a hacer" pero poco y nada hablaba. Pero después, a medida que fueron pasando los días, bueno este era un programa de lunes a sábados de una hora en la noche (…) (P42, 27 años, masculino, aymara)

Sin embargo, los comunicadores buscan incorporar acreditaciones de contexto, que les permita profesionalizar el oficio. De esta forma, si bien estas formaciones son escasas, es central la auto-preparación, la que, dada la globalización de relaciones, si bien ha tenido lugar en Arica y su entorno, también lo ha hecho en otros sectores del país y de extranjero según la biografía del locutor, y su adhesión a identidades locales en tales escenarios. En este margen, es ilustrativo la perspectiva que asumen los actores involucrados en esta itinerancia vital,

> (…) Yo no fui, nos soy locutora, ni tampoco he estudiado nada. Sino que yo llegué por ahí por, por un amigo. Él digamos como era aymara; él se empezó a datear, porque le gustaba, le gustaba promocionar a la gente, juntar a la gente aymara en Santiago. Entonces, él empezó así y se empezó a conocer gente ya ahí más importante, y por ahí llegamos a la radio. Y teatro también hicimos igual, porque como nos escucharon en la radio, nos contactaron también, a él y me llamaba a mí -" Porfita"- me decía -"acompáñame, yo no voy solo"- Y él me enseñó también a hacer las Pawa, todas esas cosas. Entonces, yo lo aprendí con él. Entonces, cuando llegué aquí a Arica, de vuelta, también me necesitaban digamos, en la radio y como acompañante también, porque yo no, como le digo, yo no soy profesional ni nada, ni he estudiado, ni nada pero, trato de hacer lo mejor que yo pueda. Con él estuve como seis meses en la radio Umbral de Santiago, y lamentablemente la radio quebró. Un compañero que tuve en Santiago, que también es indígena. Y lamentablemente, él falleció el mes pasado; era muy conocido, digamos dentro de su organización y a nivel digamos de que, él, cuando llegó a Santiago. Él fue exiliado en realidad; de cuando fue gobierno militar, exiliado se fue a Cuba. Y cuando llegó de Cuba él dijo - "No, yo rescato mi etnia y lo que yo soy, aymara". En Santiago. Y, después de ahí nacieron dos más, que todavía uno está vigente. Que parece que es el Jacha Marka no más, parece que se llama ahora. No se llama más Jacha Marka, porque el del Eliseo se llama Jacha Marka Aru está presente, pero, ahora yo creo que quedó la hija a cargo de él. Y, de hecho, entonces ahí empecé a trabajar con él, no a trabajar sino que me decía, como éramos coterráneos -" Vamos a la radio" - decía yo -"Cómo voy a ir a la radio, si yo nunca me voy a expresar"- la radio

[7] Para este efecto, se utiliza acá indistintamente "locutor" y "comunicador radial", conforme a su lugar sustantivo en la formulación de oferta informativa.

[8] Elementos de contexto señalan que el oficio es un ámbito escasamente explorado por profesionales de las comunicaciones, por sus condiciones de gestión independiente y/o escasas condiciones laborales. Esto ha hecho que ejercer el oficio de radio sea fundado en la convicción muchas veces. Tal asunto, como se advierte en el capítulo de recomendaciones, hace que existan dos segmentos reconocibles en el sistema de formación de oferta mediática; esto es, los comunicadores por oficio y los profesionales de la comunicación. En esta vena, un comunicador, Chere, sostiene en su plataforma de Facebook, compartiendo el siguiente mensaje junto a fotos *"(…) Lindos Recuerdos junto a mi madre, cuando fuimos Alférez de la Cruz de Mayo en el pueblo de mis bisabuelos y al lugar que mi Abuela me llevaba cuando niño !! Siempre estáras en mi corazón Lupica !!! en fotos con mi madre y abuelo !!!*(…)" (P42, 27 años, masculino, aymara, Fecha 23.1.18).

allá en Santiago era diferente a la que tenemos aquí. Acá a nosotros nos ponen un vidrio. Nosotros nos sentábamos así con el Eliseo y el micrófono estaba acá al medio. Entonces, teníamos una conversación los dos, ese era la parte radial (…) (P2, 69 años, femenino, aymara)

Continúa sobre este aspecto de su socialización medial la locutora anterior,

(…) Pero, si éramos de acá. Entonces, él digamos cuando yo venía una vez al año a ver a mi madre, acá a Arica. Entonces, en una de esas ocasiones lo encontré en el bus, y me dice -" ¿Qué andas haciendo?"- "vengo a ver a mi mamá"- le digo yo -"Y tú, ¿dónde estás?"- "Estoy en Santiago"- Y ahí ya no nos perdimos hasta, hasta que falleció. Entonces, de ahí trabajé con él, o sea, digamos lo acompañé a la radio. De hecho, hicimos también sketch con los aymaras allá en Santiago. No sé qué se habrán hecho los sketchs, según él me decía de que él los mandaba al extranjero (…) (P2, 69 años, femenino, aymara)

Por otro lado, es relevante advertir al locutor como productor de su oferta informativa, cumpliendo las múltiples funciones que posibiliten una rentabilidad social y/o financiera de su modelo de gestión. Para ello su plano biográfico que las relaciones que elabora, son fundamentales. Comenta sobre este asunto un locutor,

(…) Y ahora, me preparo tengo cds, tengo libros, allí tengo libros de aymara, diccionario, todo lo que... justamente, ayer fue el día, el día internacional de homofobia, de o a ver eran homofobia, transfobia sí y otro... algo por ahí también. Y estuve viendo a ver qué es lo que significaba esa palabra, ¿cómo la entendemos nosotros? y ¿cómo la aplicamos? ya? si ya tengo tema bien avanzado, así que sí, si, puede hablar desde que punto, hasta dónde tenemos como seres humanos, como personas, humanos, de otorgar y dónde no podemos, dónde es ya un asunto superior al conocimiento o al poder que posee los seres humanos (…) (P1, 55 años, masculino, aymara, Bolivia)

Continúa,

(…) Este es un asunto de entrega personal, o sea, vale decir usted tiene que invertir lo que es el tiempo, su pasaje y también en cierta forma, si quiere informar algo, tiene que informarse primero uno. Nosotros somos somos independientes, entonces nosotros nos adecuamos cuando me toca ir a la radio. A ver, por eso, que tiene que tener tiempo, tiene que gustarle; porque a veces a mí me dicen: "oye cuánto te pagan?", "oye, al contrario, nosotros lo pagamos" ah ya? entonces, es tiempo, tiene que tener tiempo, tiene que gustarle (…) (P1, 55 años, masculino, aymara, Bolivia)

De manera que, el espacio radial y la realización comunicativa es un aspecto del ámbito de gestión que afronta el comunicador social. Por tal motivo, la tendencia entre los locutores es a ser laboralmente independientes, conectándose con otros locutores a través de pertenecer a un ámbito que genera derivas comunitarias y festivas, de acuerdo al énfasis de los programas y la sostenibilidad de éste. Al respecto, nos comenta un locutor,

(…) bueno aquí, en la radio en la cual estamos, trabajamos, sí, de forma coordinada. Compartimos también ciertas labores en cuanto a la comunicación; sí, obviamente, hay una buena relación, a pesar de que cada uno es independiente, porque todos son productores, la gran mayoría son productores o trabajan para productores; pero estamos relacionados porque, estamos en actividades muy similares, de las cuales también no solamente hacemos labores aquí en la radio, sino que, también desempeñamos labores fuera de la radio en diferentes eventos, y sí la relación es buena, es positiva; estamos también en ese objetivo, obviamente, proyectar lo que es la esencia de la radio, que es valorar nuestra identidad y nuestra cultura andina (…) (P15, 52 años, masculino, aymara)

Del mismo modo, es una tendencia la vinculación a la acreditación vía talleres y/o seminarios promovidos desde los ámbitos sectoriales del Estado, y/o en ARCHI. En este criterio, es ilustrativo el testimonio del siguiente locutor,

(…) He hecho una formación relativamente formal, con diferentes talleres, seminarios; estoy a través del ministerio del trabajo que ha hecho reconocimiento, capacitación y formalización de los comunicadores, y eso es un certificado que ha entregado el Gobierno, el Estado más bien; el ministerio de telecomunicaciones que ha certificado también oficialmente como locutor, aparte de diferentes diplomados, talleres y encuentros de la ARCHI, entre una de ellas. También de medio de comunicaciones como televisión, como medios escritos que han también impartido cursos y talleres, esa es la formación y aparte de la auto-preparación ¿no cierto? que uno forma como iniciativa propia, lleva adelante siempre, siempre hay una capacitación en diferentes áreas (…) (P15, 52 años, masculino, aymara)

De tal forma, estos locutores iteran en la acumulación biográfica de la experiencia medial, teniendo a su haber diferentes inserciones en medios que han operado en la ciudad de Arica, y en la región. Asimismo, se observa una tendencia masculina en la cobertura de la locución, como advierte un actor,

> (…) Mayoritariamente, son hombres. La mayoría de los locutores, los comunicadores, son varones. El porcentaje es bastante notorio, como también en otras radios que tienen experiencia (…) (P15, 52 años, masculino, aymara)

Tal énfasis, es coherente con los casos abordados en la documentación de programas radiales, donde, de manera referencial, es posible advertir una tendencia a la locución masculina (Figura 7.3).

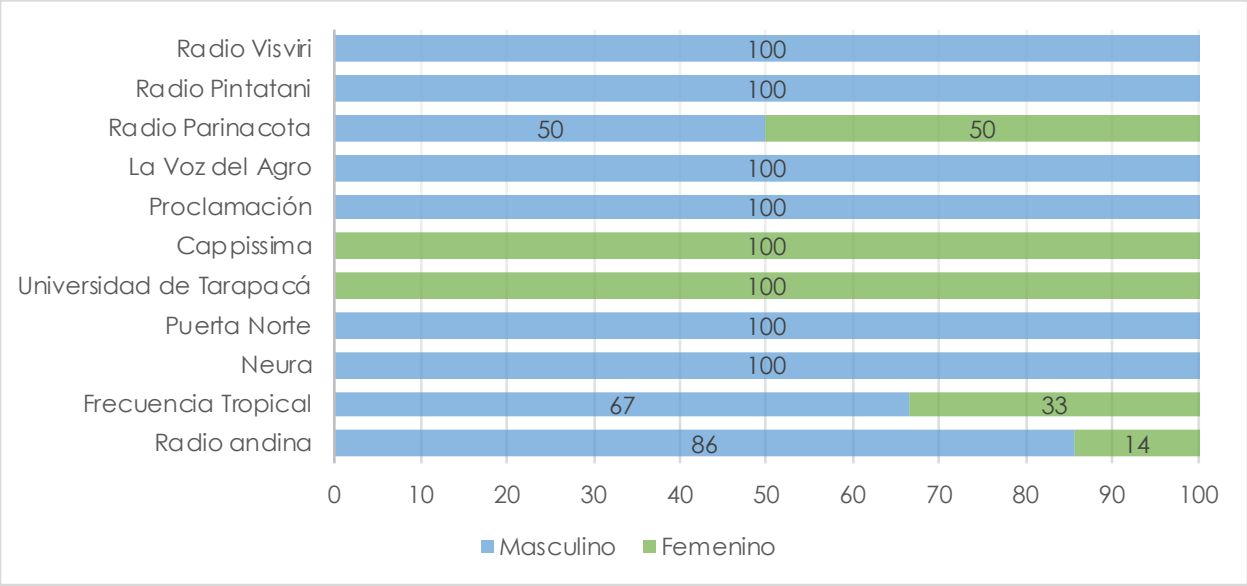


Figura 7.3. Porcentaje (%) de presencia de miembros masculinos y femeninos en la locución según Radio
*referencial, muestreo estructural representativo, y datos etnográficos 2017

La inserción en el ámbito comunicacional, se sostiene en campos sociales que requieren acumulación de experiencia y relaciones. Esto les provee de especialización y capitalización de afinidades, que establecen un capital social vinculado a la promoción de la comunicación social indígena. Sobre tal punto, nos observa un locutor,

> (…) Anteriormente, ya he tenido experiencia en otras radios; hace ya veinte años, había iniciado un proyecto de radio con otros amigos, que también perseguíamos un propósito similar, en otra radio como radio Cappissima y radio Coral, y en radio Sensacional, que son radios que obviamente, arrendaban también sus espacios (…) (P15, 52 años, masculino, aymara)

La edificación de este oficio, hace a los actores adherirse al rol de líder de opinión, desde la consciencia de su pertenencia a alteridades indígenas. Para referirse desde esa perspectiva, su legitimidad se da mediante relaciones de parentesco y/o por afinidad con ámbitos socioculturales y/o de etnicidad específicos.[9] Dado tal evento, es relevante el territorio de origen en la formulación identitaria colectiva e individual, soportada por elementos conscientes e inconscientes en sus redes de descendencia y alianza. Esto es un antecedente atingente a las redes de afinidad que se dan, y a la inclusión como agente de las comunidades comunicacionales indígenas (Figura 7.4).

[9] Observaciones de los casos abordados, remiten a advertir la importancia de esta dimensión para la sostenibilidad del rol de comunicador social en materia indígena. Esto puede estar asociado a la experiencia de adopción de cargos de festividades de la zona, y la reafirmación de relaciones con la alteridad de referencia y los territorios de sentido identitario. En este sentido, son sustantivas las relaciones de proximidad gradual, desde donde se formulan clasificaciones de empatía hacia familiares, amigos y conocidos.

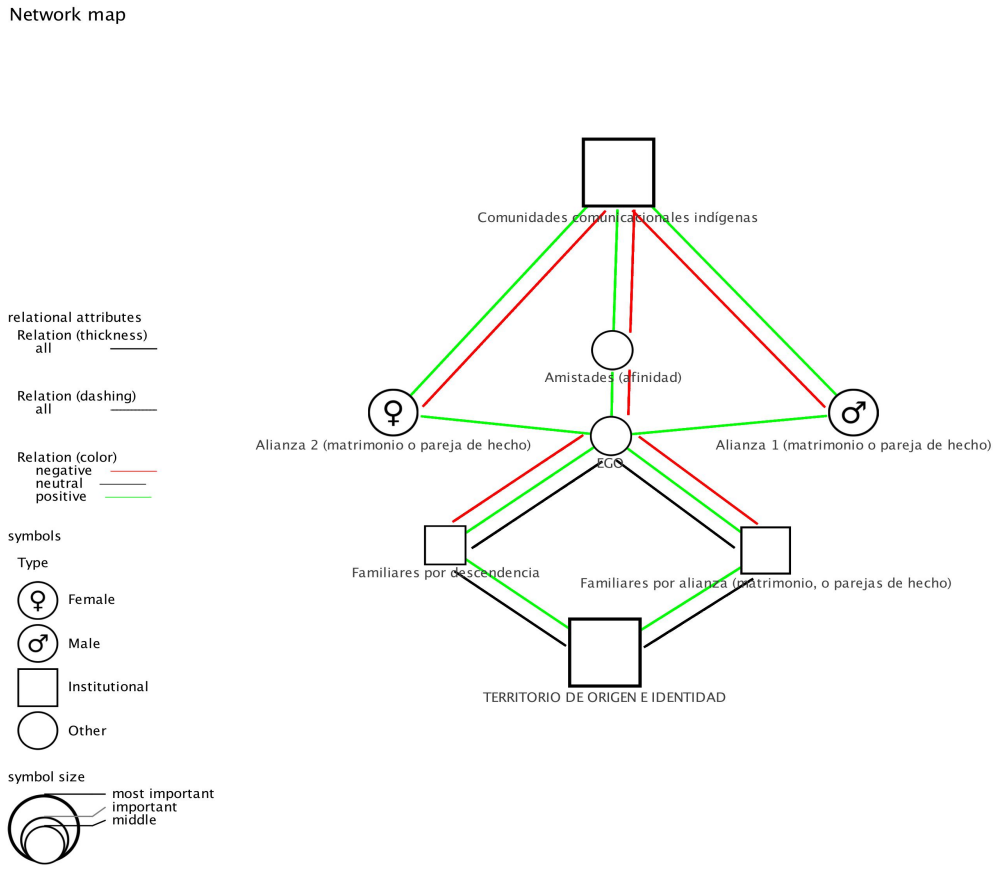


Figura 7.4. Redes definidas en la formulación de líderes de opinión

De la experiencia de los agentes, y sus entornos, emerge una perspectiva que formula la actualidad, desde lo vivencial.[10] Así concebida, la actualidad se soporta desde el margen mediático reactivo que, desde la invocación a canales cotidianos y próximos de comunicación, (re)elabora el interés contingente de la audiencia. Ante la penetración y mayor visibilidad otros medios en la agenda pública regional (ej. Como la prensa escrita), instalan los espacios de radiodifusión complementarios,[11] en tanto campos codificados y sinérgicos con la prolongación en redes sociales, efectivas y virtuales, que sirven como elemento de comprensión del entorno, y (re)producción de lo comunitario, en su diversidad.

De este modo, los actores han tendido a adoptar el rol de comunicador desde experiencias diversas, que tienen que ver con sus grupos de referencia, y actitudes/aptitudes personales.[12] Aquello, asociado a una estratificación social y etaria en el sistema.

Según la estratificación social, los actores se incorporan a la ciudad de Arica a mediados S. XX. Ahí, se siguieron estudios secundarios y técnicos en Arica (donde connotan el Liceo Politécnico, y el liceo Comercial),

[10] La ausencia de figuras de empresas radiales, establece escaso interés por parte de la profesión de comunicaciones para abordar asalariadamente esta figura comunicativa. Escasos son los casos que se ha podido documentar esta figura. Los casos que se pueden identificar son la radio Cappissima, y Tu Radio. Estas han seguido orientaciones informativas y recreativas, especialmente.

[11] De hecho, en la formulación de contenido, tanto desde la modalidad de planificación y pauteo del espacio hasta el que elabora contenido de manera espontánea, los diferentes locutores abordan el acontecer en citación a la prensa escrita local en Arica, y la que tiene más revuelo en la agenda mediática nacional. Estas dos dimensiones van cruzándose para argumentar aspectos desde la perspectiva propia de la biografía, relaciones y comunidades que reconoce como audiencia principal el locutor en su espacio.

[12] Es ilustrativa la trayectoria de Robertico, locutor actual de la Radio Frecuencia Tropical, y que antes estuvo vinculado a la Radio Andina (ciudad de Arica). En su inicio participó como locutor de la Radio Visviri, elaborando contenido recreativo desde la perspectiva de la gente aymara local del altiplano y que, luego, genera un modelo similar para incorporar una oferta informativa con programas desde la ciudad de Arica, hasta la actualidad, en invocación a los elementos folk de la audiencia indígena.

mantuvieron marginación a estudios formales –con un relativo analfabetismo– y/o se insertaron como obreros, y comerciantes. Por otro lado, una fase siguiente, sus descendientes radicados en Arica, vivieron procesos de endoculturación y/o adoptando modos de vida urbanos, y expectativas asociadas a la ciudad. A través de eso, se siguieron estudios en la Universidad de Tarapacá (carreras de pedagogías, ingeniería y contador) y/o institutos técnicos (carreras de ingeniería y contador). Asimismo, conforme una movilidad ascendente secundaria desde los padres, se dan experiencias de estudios de carreras en Universidades de Chile, de la Universidad Católica, de la Universidad de Tarapacá, según aptitud del miembro, y/o estudios técnicos.

Por otro lado, según la estratificación etaria, los locutores se pueden clasificar según la edad. Primero, están los jubilados y/o que han vivido los procesos históricos de la inserción urbana de primera mano con edades entre 40 a 75 años, concentrándose en programas autofinanciados, con auspiciadores y/o financiados a través de fondos concursables. Estos locutores mantienen una versión de los procesos indígenas que apuestan a procesos de etnicidad, y socioculturales de corte territorial con anclaje especial en los pueblos del interior, o de su territorio de origen. Observa una locutora al respecto,

> (…) O sea que, tengo varias cosas, porque así digamos no me aburro tampoco. Mis hijos están casi todos en Santiago. Y yo tuve cuatro hijos, de los cuatro hijos tres quedaron en Santiago, uno se vino para acá, porque no le gustó allá. Eso del transporte. Me levantaba a las cinco de la mañana para llegar a las diez de la noche a mi casa de vuelta, una hora y media de camino. Si eso fue, atroz. Claro que, un día mis hijos estuvieran todos grandes, todos casados, con hijos, con nietos dije yo - "me vengo" [a Arica]. Yo soy, yo nací en Ticnamar entonces, ¿Qué hacía yo en Santiago? más con ese famoso Transantiago, me volvía loca, si que no le dije yo -"me voy, me voy, me voy."- y me vine. Y aquí, empecé ya en la radio estoy ya hacen dos años (…) (P2, 69 años, femenino, aymara)

Segundo, está el segmento adulto-joven, con edades entre 25 a 45 años, asociados a promoción de aspectos socioculturales y festivos, especialmente. En este sentido, se tienen los casos de programas de productoras de eventos, y programas con auspiciadores, desde los que se promueven especialmente aspectos socioculturales, y espacios de congregación urbana.

Siguiendo este orden, es posible comprender la trayectoria de locutor/a, de manera general, conectado a espacios a través de los cuales se ecualiza la (re)producción de elementos socioculturales y de etnicidad (Figura 7.5).

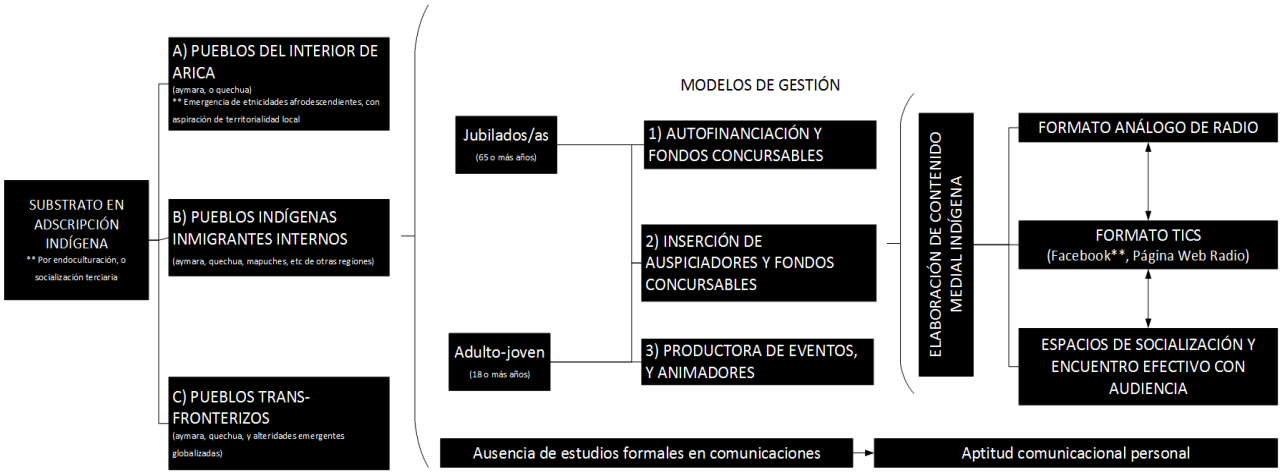


Figura 7.5. Modelo de trayectoria biográfica de locutor/a tipo

De acuerdo a lo observado, el oficio de locutor tiene diferentes métodos de elaboración de contenido. Uno, a través de la elaboración de un documento base desde el cual difunde un mensaje previamente establecido. Dos, a través de la relación espontánea con el micrófono y la actualidad, desde lo cual elabora el espacio informacional y/o recreativo. Ilustra este punto un locutor,

> (…) Yo si me hago pauta cuando tengo que hablar un tema específico, y tiene que haber en términos más simples, ¿temas que son un poco cuestionados, ya? en eso me hago pauta; pero, generalmente, la mayor parte es en forma espontánea (…) (P1, 55 años, masculino, aymara, Bolivia)

Menciona otra locutora sobre este punto,

> (…) Ningún tema se planifica. Digamos, más que cuando hay, por ejemplo, reuniones, nosotros tenemos que es más bien como comunicación con la comunidad. O sea, comunicar a las demás gente de que lo que estamos haciendo a la comunidad. Sí, avisar, a veces, por ejemplo, para el día de la mamá llegan hartas cartas, nosotros las leemos, saludamos a nuestro coterráneo, también a la gente que nos llama. De cualquier parte nos llaman a la radio y eso es lo lindo. Y eso a nosotros nos motiva a permanecer en la radio (…) (P2, 69 años, femenino, aymara)

En ambos casos de formulación de contenido, sus recursos mediáticos provienen de fuentes de prensa local, nacional e internacional, y del quehacer de los grupos culturales. También, en algunos casos, se revisa material producido sobre pueblos originarios y/o especialistas. Al respecto, sostiene la locutora anterior,

> (…) Trato de hacer o mejor que pueda, y trato de leer historia de libros que me facilitan también. Entonces, de ahí yo saco pedacitos de cosas que yo creo que son importantes para la comunidad (…) (P2, 69 años, femenino, aymara)

En este ámbito, se expresa un complemento importante con otros medios verticales de comunicación. Esto se sintetiza en experiencia de los locutores ante la asistencia a espacios y/o relaciones interpersonales, que matizan el mensaje mediático (Figura 7.6).

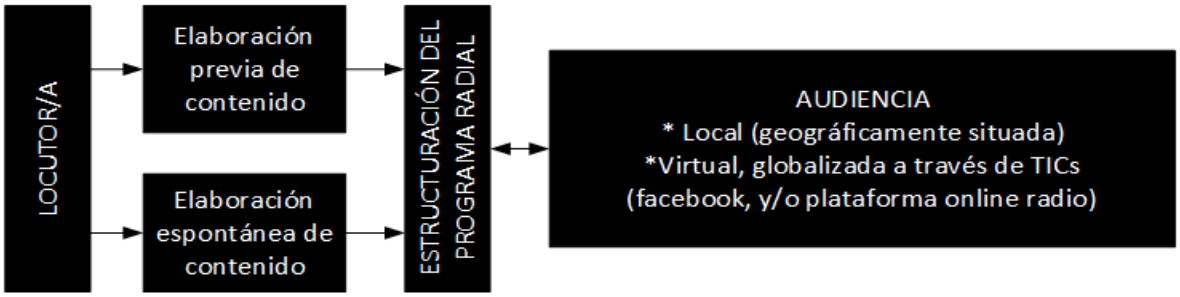


Figura 7.6. Modos de elaboración de contenido

Desde tal enfoque, elaboran sus contenidos mediáticos, y sus interacciones con la audiencia vía comunicación de facto por teléfono al aire, y/o de forma diferida en sus perfiles mediales, en canales como Facebook y twitter. Algunos de los locutores han llegado definirse como comunicadores por su convicción en comunicar; mientras otros según participación directa o indirecta en experiencias de programas radiales que originalmente emergieron como parte de una candidatura política, y derivaron a un espacio más socio-comunitario de emisión de contenido referente al público objetivo que definen.

Ausentándose la formación oficial en comunicación social en su base propiamente[13], ésto no ha obstaculizado la incorporación de los actores desde audiencias Folk a la de comunicador Folk. En el sentido que el actor-comunicador puede comprenderse en la figura de líder de opinión y comunicador Folk, en la medida de que emplea técnicas codificadas para referirse en coherencia a las ideas, principios y normas de su grupo referencial. Siguiendo el análisis biográfico de los locutores/as, se ha podido constatar que este rol se correlaciona a la emergencia y/o edificación de un campo de influencia específica, que puede derivar en la adopción de posiciones de liderazgo político y/o socioeconómico.

[13] En este orden, el año 2016 se tuvo una experiencia de coordinación de actores públicos y privados, con financiamiento presupuestario del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, y ejecutado en el marco de la Corporación de Chinchorro, falange privada operativa de la Municipalidad de Camarones. Asimismo, se han seguido apuestas el 2017 en este tenor, procurando instalar competencias y acreditando a actores interesados en las comunicaciones sociales. Sin embargo, los comunicadores efectivos en el sistema comunicacional analizado no participan, requiriéndose un análisis a las tácticas y fines de estas iniciativas.

7.4 PRODUCCIÓN DE ACTUALIDAD, AGENDAS MEDIÁTICAS Y ROL EN LA AGENDA PÚBLICA

Las radios con programas sobre asuntos indígenas, guardan un correlato con las personas que subjetivan esta ascendencia. Proyectándola en el campo de la comunicación social y en espacios de (re)producción de la diferencia cultural,[14] este medio, a través de los líderes de opinión y su tratamiento de contenido contextual (vía alusión a otros medios, la demanda social indígena y los espacios de concurrencia y personas), invoca una red de relaciones posibles y segmentadas. Aquello, en contexto de colectividades anexadas por afinidad y/o parentesco a alguna alteridad indígena, o andina de suscripción.

Lo mencionado proporciona, de manera activa, marcos de referencia que la audiencia utiliza para interpretar, interpelar y discutir sobre asuntos públicos, contingentes y atingentes. Ilustra esto un locutor,

> (…) Hago referencia a la memoria puesto que no lo vemos muy presente en otros medios de comunicación; y, obviamente, voy destacando las fechas importantes de nuestros líderes y nuestros héroes que tenemos como pueblo andino, como pueblo aymara, como, por ejemplo, el día de la mujer indígena, el cual se resalta a líderes indígenas como Micaela Bastidas o Bartolina Sisa, o también a las hermanas mapuches, también que han luchado en momentos difíciles, como también a nuestros líderes Tupac Amaru, Tupac Katari, o también líderes propios de nuestra región que han luchado y han logrado un espacio, y han logrado ciertos avances que en la actualidad tenemos gracias a esa lucha y a esa a lo que ha sido esa reivindicación; obviamente, ese tema lo tratamos porque, también lo vemos ausentes en otros medios de comunicación (…) (P15, 52 años, masculino, aymara)

Siendo los líderes de opinión también miembros de comunidades, tal tratamiento, con tendencia horizontal, produce dos efectos estimables. Uno es, el encuadramiento mediático (*framing*) que intenciona opiniones y actitudes de acuerdo a la forma en que se abordan problemas sentidos o de interés para la comunidad en el medio análogo o vertical de radio.[15] Otro es, hoy en día, el uso de formatos alternativos a través de TICs -ej. Facebook live[16]-, para la presentación de información complementaria, que gatilla la inclusión de otras interpretaciones y opiniones sobre los hechos mediatizados por parte de los miembros reunidos por la alterización propia y del entorno (Figura 7.7).

PROGRAMA	Nº DE VISTOS FACEBOOK LIVE (PROMEDIO)	ME GUSTA (1 hora)	ME ENCANTA	ME GUSTA (Tras 24 hora)	COMENTARIOS
1	10	6	2	56	2
2	16	7	1	30	3
3	2	8	3	24	4
4	9	9	1	20	5
5	8	3	2	13	6
6	11	2	3	11	7
7	3	1	4	10	8
8	4	8	5	13	9

Figura 7.7. Interacción registrada vía emisiones Facebook Live de programas (diferentes radios) con tendencia indígena (meses marzo a diciembre 2017, promedio)

[14] Una diferencia siempre negociada, con capacidad de agencia social, desde donde sintetiza el entorno y resguarda sus espacios propios, con sistemas basados en parentesco, territorio y suscripción a colectividades urbanas y rurales. Es decir, que cuenta con porosidad e incluye el cambio en su plataforma de acción, la que proviene de la complejización de los perfiles de sus miembros y la propia comprensión de la identidad colectiva con suscripción indígena.

[15] En observación a los casos analizados, los locutores van produciendo todos los aspectos de su programa según la suscripción identitaria que reconocen como propia. Esto se expresa en la atención a la parrilla musical que incorporan. De esta manera, como tendencia, los locutores asociados a los pueblos del interior generan una parrilla con canciones referentes a su identidad con los pueblos del interior, los pueblos originarios de otras regiones incorporan música que les identifica, y las colectividades de la (trans)frontera del mismo modo. Este es un elemento sustantivo de sinergia entre la generación informacional del espacio, la promoción a la relación medial y el sentido de porqué hacer radio.

[16] Este tipo de formatos está en progresiva masificación por su facilidad de uso, y la facultad de disponer el contenido del programa de forma diferida. De esta forma, por su facilidad y la democratización de medios como Facebook, está superando fronteras como las a alfabetismo digital y otras de orden de cobertura territorial. Esto posibilita una mayor influencia en la población objetivo, lo que es visualizado positivamente por los locutores/productores de programas, quienes buscan la masificación de su mensaje y performance. En este sentido, también posibilita esta surgente práctica el registro de programas que antes se consumían con su realización en vivo solamente vía oral. Además, incorpora mayores elementos de empatía, como la imagen y la interacción vía comentarios online.

Caben observaciones sobre este tipo de innovación en el sistema informacional analizado. El formato Facebook Live[17] ha sido un elemento central a la fecha para la visualización y mesura de la audiencia de los programas y las relaciones que involucra, tanto entidades colectivas como individuales.

Los locutores que adoptan este formato invocan a los que visualizan su transmisión, y pueden ver quién los ve/oye. En tal ámbito, se dan yuxtapuestamente la transmisión FM convencional de radio con la vía Facebook Live.

Esto permite estimar al público cautivo vía el número de vistos en la ejecución del programa en vivo y en su registro diferido. Aquí se establece una vinculación entre quienes hacen programas radiales y quienes escuchan/ven estos programas a nivel local, regional, nacional e internacional. En este orden, se negocian en la interacción constante entre locutor/productor y audiencia los contenidos de interés, extraído de otros medios de orden más vertical (como la prensa escrita regional).

Los locutores son fundamentales en la performance discursiva y para-discursiva, invocando a los oyentes según estrategias personalizadas y emotivas, donde prima la denominación por nombre, sectores, y territorios (transfronterizos, del interior, otras regiones). Aquí, "Me gustan/me encanta/no me gusta" tienen atención. Los locutores pueden ver a quienes les sintonizan en Facebook Live. Esta interacción es fundamental. De esta forma, la formulación de temas de actualidad por parte de los locutores es posible por la invocación que éstos hacen a hechos que han sabido de primera persona, en base a terceras personas, así como mediante la agenda *setting* formulada por los diarios locales (especialmente, Diario La Estrella; y medios televisivos nacionales). Esta última dimensión es muy relevante en la formación de opinión pública desde este eje de interacción.

Este campo de relaciones se edifica como un espacio de organización de reconocimiento y solidaridad. A su vez, es un ámbito de realización de afinidad y/o rivalidad entre programas, especialmente los destinados a la promoción de eventos. En este contexto, se observa que los “me gusta” son aditivos en el tiempo, posibilitando la interacción más nutrida entre emisor y receptor (paradigma activo y de co-construcción), promovida por la emergencia de la posibilidad de visualización diferida de programas. En este plano, los “comentarios” son un anexo de la interacción que sirven para enviar saludos, evocando territorios, comunidades y sentimientos asociados al territorio indígena, o espacios culturalmente codificados.

Considerando lo anterior, se establece una agenda mediática vía la interacción desde la dinámica configurante de los ciclos tiempo/espacios de la experiencia colectiva *in situ*. Ésta no es lineal, y no remite a un escenario regular en sí. Más bien, hace caso a las dinámicas socioculturales de las colectividades. De este modo, operan encuadramientos a la generación de agenda mediática, donde, siguiendo a Sabbatini & Maciel (2011), se dan eventos de tipo temático y episódico. Referido a acontecimientos cotidianos, el tipo temático se comprende en lo establecido y su cadena de hechos prosaicos. Por otro lado, la agenda de tipo episódica, se concentra en eventos específicos o casos particulares, como lo son los hitos festivos o de hechos vitales. Esto es muy importante en el establecimiento de la agenda.[18] Al respecto, observa una actora,

[17] Este formato ha sido de especial importancia en la actualidad para los locutores, porque mantienen una relación directa e iterativa con sus audiencias, y soportados en su edificación como líderes de opinión. Esto les permite cierta autonomía, fundamental para ellos. Aquello es relevante, ya que, si bien las radios han adoptado de igual forma la emisión de imágenes en sus páginas WEBs, estas responden a la figura institucional, restando incidencia a la interacción de los programas como universo en sí de relaciones y emociones.

[18] Esta clasificación de eventos temáticos y episódicos es un elemento de diferenciación de los programas radiales. Éstos, según su público de referencia definido por edades, sectores, y orígenes, configuran de manera divergente lo temático y lo episódico. En este caso, los programas con orientación festiva, tienen como centro la alusión episódica a los espacios de entretención y la red de actores (urbanos y peri-urbanos de los valles de Azapa y Lluta) que se configura a propósito de momentos que se realizan en fines de semana, los eventos de productoras y en el Carnaval, respecto de otro temático relativo al tratamiento de información de interés que aparece en otros medios y/o es sabido por el locutor (ej. Waliki, Llajuita, entre otros). Por otro lado, los programas de orientación sociocultural y de etnicidad orientados a pueblos del interior (desde Arica y/o en el territorio rural), tienen una definición de lo episódico asociado a festividades patronales y/o de carnaval, iniciativas de proyectos y acciones colectivas, así como temáticas relativas a la necesidad de fomentar abordar la información contingente vinculante a su pueblo y/o comunidades de referencia (ej. Programa Raíces y costumbres de mi pueblo de Ticnamar, entre otros).

> (…) Yo como la mayoría de los que trabajamos acá en la radio, somos indígenas aymara. y de por ahí tenemos raíces y sus tradiciones; y tenemos que saber participar en todas las actividades, o sea, matrimonio, la fiesta del Carnaval, las cruces, bautizos, cortes de pelo (…) (P3, 38 años, femenino, aymara)

Según el contexto, se configura un diálogo público contextual. Con una diversidad de contenidos, y mediante diferentes canales de comunicación, aquí el soporte radial es el formato principal del mensaje. En este sentido, se establece la agenda pública de acuerdo al flujo de temas ponderados por el momento de su expresión desde los medios de comunicación, y la recepción de la población referente (McCombs, Shaw & Weaver 2017).

En la mayoría de los casos, sea de manera directa y/o indirecta, sea que derive en la promoción de elementos socioculturales o en etnicidades, el eje de subjetivación juega un rol de modulador del fenómeno comunicativo y su sostenibilidad. En este sentido, los programas radiales operan con un sistema de comunicación folk (Beltrão 2016), definiendo a su público objetivo, y generando contenido *ad hoc*. En torno a esto, elaboran sus apuestas informacionales según la definición de una o más alteridades de base que reconocen, identitariamente, a los locutores.

Acá, hay un mutuo plano de complementación y exclusión entre las alteridades. De este modo, elaboran agendas mediáticas en correspondencia a los códigos que son fundamento comunicativo de sus comunidades referentes y/o audiencia. Esto, permite un mecanismo de socialización específica, aportando a la coordinación de la acción de las colectividades, en términos vitales, comunitarios, festivos y socioeconómicos.

Ciudad de Arica

Los programas radiales de la ciudad de Arica, se establecen como apuestas particulares que convienen una comprensión en determinada emisora, mayoritariamente. En tal contexto, las radios comerciales juegan un rol relevante. En tanto soporte, cuenta con una capacidad de inclusión de la oferta informativa desde los diferentes tipos de programas y alteridades, que derivan en contenido sociocultural (ej. Programas asociados a productoras de eventos) y/o en elementos de etnicidad (ej. Programas con auspiciadores y/o autofinanciados) (ver Figura 6.3, capítulo 6).

Según el arriendo de espacios radiales, hay diferentes programas que acuerdan las direcciones, en un ordenamiento de tiempo hora/día. Estos programas son universos en sí mismos; y pueden converger, o no, con la visión/misión de la radio. Tales programas, ecualizan diferentes segmentos de una audiencia base de la radio. Esta audiencia, en general, está asociada también a espacios signados como de concentración urbana de población con adscripción indígena, según diferentes procesos históricos de ocupación de la ciudad y sus entornos rurales próximos. Del mismo modo, responden a otros radioescuchas que, a través de medios virtuales interactúan, desde contextos internacionales, y se incorporan a la audiencia de los programas.[19]

Agenda mediática urbana: La agenda mediática urbana comprende una mayor variedad de temas relativos a la promoción de la perspectiva particular, desde los que se desprende el reconocimiento de la experiencia sociocultural de pertenecer al constructo de pueblos originarios y la situación de frontera de Arica. Asimismo, aborda de manera decidida la agenda de derechos indígenas según criterios de demanda de parámetros de auto-determinación, territorialidad, medioambiente y participación ante el Estado, especialmente. Desde ahí, aborda la necesidad de una sociedad intercultural (Figura 7.8).

[19] Al respecto, observa un radioescucha del programa Chere y Kalincha de Radio Andina, "(…) *Hola amigos de radio andina un saludo cordial a todos ustedes. Mis saludos ban [sic] para el valle de azapa para mi padrino MIGUEL MAMANI ysu esposa ELY PEDRAZA y atoda su familia. Y al mismo tiempo mandar saludos para tarqueada villarroel b. Hijos de janco marka. Desde buenos aires argentina (…)"* (23.11.17, en página de Chere animador).

Figura 7.8. Agenda mediática (ciudad de Arica) según temas ponderados en los contenidos emitidos en los programas radiales (muestra estructural representativa)
*** Criterio de seguimiento temático, y análisis prospectivo de constructos elaborados en programas (muestra)*

Rurales

Los programas rurales se soportan por dos elementos. Uno, por funcionarios municipales y actores asociados, como los establecimientos educacionales próximos. Dos, por actores con interés en establecer un régimen de comunicación social con soporte en la perspectiva local.

Agenda mediática rural: La agenda mediática rural está definida por temas de promoción al desarrollo comunitario y de información sobre la estructura de oportunidades públicas y privadas que se establecen la Municipalidad y el gobierno regional (Figura 7.9).

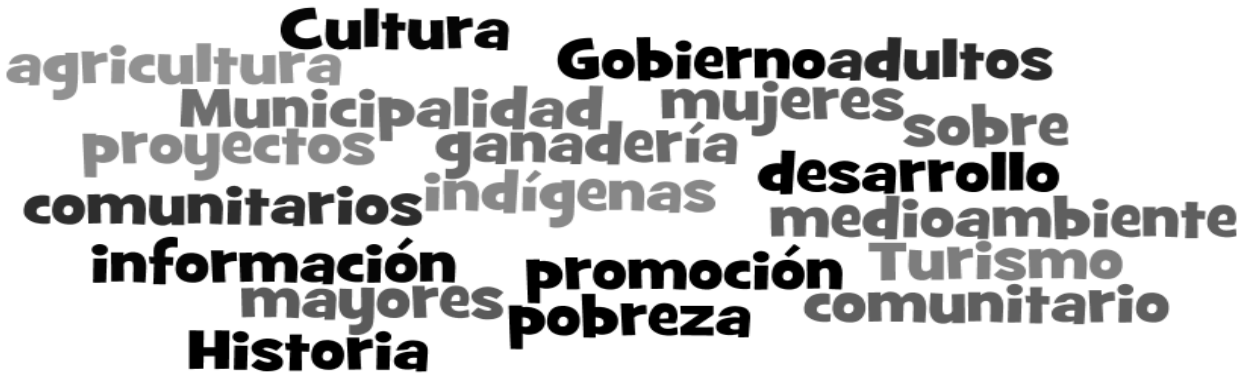


Figura 7.9. Agenda mediática (rural) según temas ponderados en los contenidos emitidos en los programas radiales (muestra estructural representativa)
** Criterio de seguimiento temático, y análisis prospectivo de constructos elaborados en programas (muestra)

7.5 AUDIENCIA Y SU *FEEDBACK* MEDIAL

En general, se carece de elementos de caracterización de la audiencia, si se estiman parámetros formales de mensura.[20] No obstante, se generan elementos de medición ad hoc, a través de la ejecución de la relación interpersonal y comunicativa medial en vivo, así como virtual. En este sentido, el comunicador invoca a su audiencia y a los espacios que reconoce propios de ésta, mediante los elementos figurativos y característicos

[20] En este sentido, se hace referencia a la relación entre parámetros de la población y muestra con criterios de diseño probabilístico.

que le reconoce, insistiendo sobre eso como canal de empatía, intimidad y proximidad. En este plano, observa un locutor,

> (…) Hay varias modalidades. La modalidad del programa está abierta para que todos los auditores puedan llamar telefónicamente a un teléfono fijo y, manifestarse al aire, o en forma interna; ya sea cualquier información que quieran comunicar o cualquier comentario que quieran hacer, acorde a la temática que se esté tratando, o acorde a una temática propia que ellos quieran comunicar; y, también están otras plataformas; ahora también tengo transmisión a través de Facebook Live, y también a través de WhatsApp; por lo tanto, si hay una constante comunicación con el público, con los auditores (…) (P15, 52 años, masculino, aymara)

Acá, es ilustrativo advertir la introducción de los programas, para estimar la correspondencia entre locutores y comunidades de escucha. En este tenor, se tienen diferentes introducciones a los programas de orientación comunitaria y/o festiva, siendo un factor común el señalamiento a la audiencia y sus especificaciones. En el caso de los programas con elementos socioculturales y de etnicidad de pueblos del interior de Arica, es ilustrativo el programa referente a Ticnamar, a saber,

> "Nos encontramos en el programa Raíces y Costumbres de mi pueblo, como cada domingo. Saludamos de Arica a Parinacota, General Lagos, comuna de Camarones; a los valles de Azapa, Lluta. A nuestros vecinos, como ser, Saxamar, Lupica y sus alrededores. A los abuelitos que hacen patria, y permanecen en sus pueblos; son dignos de aplauso y cariño de parte nuestra. Sobretodo, a las familias que deben sentirse orgullosos por ellos. Bendiciones para todos. Hace tiempo que no saludo a mis abuelitos de Ticnamar; los voy a saludar hoy día. Y, bueno, son varios, y si alguno se me va, me disculpan. En primer lugar, a la sra. Gripina Sajama, una abuelita que ya va por los noventa y siete años; Lucía Loza; Cecilia Mamani; Berta Flores; Teresa Chipana; Alicia Sajama; Florencia Loayza; Victoria Ñave; Eugenia Apata, una abuelita muy linda que anoche me la encontré, y amorosa total; Emilia Visa; María Larva; Dora Yucra; Paula Corro; Mercedes Gómez; Josefina Menacho; Maximiliana Sajama; Albina Obando; son las abuelitas de nuestro pueblo, y también creo que se me escapa alguna, pero ya les contaré porqué. Eustaquio Huanca, de los varones; Víctor Ñave; Claudio Subieta; Nicolás Berríos; René Basilio; Paulino Sajama; Abel Yucra; Domingo Gómez; Vicente Obando; Felix Gómez; Juan Montealegre Huanca. A todos los abuelitos, adultos, que nos escuchan, para ellos un gran saludo de parte del programa Raíces y Costumbres de Mi pueblo. (Programa Raíces y Costumbres de mi Pueblo de Ticnamar, Radio Andina; locutora, 69 años, femenino, aymara, Fecha: 2.4.17)[21]

Considerando otro programa en esta inscripción, es relevante el programa Nación Aymara 2,[22] y su apuesta por establecer elementos analíticos desde el enfoque de dirigente para abordar la reflexión contingente sobre la agenda pública de derechos indígenas de los pueblos del interior de Arica, y de los Andes,

> (…) *Aski suma Jaipu, Jilatanaka, Kuyakanaka*,[23] estamos bien, acá, nuevamente en este programa, Nación Aymara, de los pueblos territoriales, donde prácticamente somos los dirigentes que estamos al frente de este programa, quien les habla; estamos en vivo y en directo. Hoy día ya, prácticamente, se nos va el mes. Queremos saludar a nuestros pueblos como es costumbre. Saludamos a la comuna mal llamada General Lagos[24], como también a la comuna de Putre, y también a la comuna de Camarones, y a nuestros valles, como Azapa y Lluta que, prácticamente, son los que dan el desarrollo a esta ciudad de Arica y Parinacota; con la agricultura, con el turismo, como lo que se trabaja hoy en día acá en esta parte de Chile. Así es este programa. Tenemos muchas cosas que contarle, tenemos muchas situaciones en las cuales decirles lo que está pasando en este momento (…) (Programa Nación Aymara, Radio Neura; locutor, años, aymara, Fecha 25.1.18)

Por otro lado, es ilustrativa la alusión a pueblos del interior, y el encuadre comunal de Putre, en el Programa Jiwasa Markasan,

> "Muy buenas tardes, un programa más. Muy lindo. A nombre del programa con cariño, hecho con amor. Nuestro pueblo. Bueno, es día miércoles ya, día 31, por Dios, ya pasó el mes. Vamos a empezar saludando, como siempre, a nuestra linda ciudad, la ciudad de Arica, la ciudad de la eterna primavera. Con harto Sol. Terminamos saliendo abrigados en la mañana y en las tardes sale el Sol, ya a desabrigarse nuevamente. Bueno,

---

[21] Este programa fue organizado por la Comunidad indígena aymara de Ticnamar, y tuvo duración hasta el año 2017, con emisiones los días domingo a las 11 horas del día. Era financiado por la comunidad, y luego de la subida de precio del arriendo del espacio radial, se decidió no continuar con el mismo. Por observación, se sabe que la caducidad de los espacios no es algo resolutivo, pudiendo más adelante retornar si se dan los contextos.

[22] Existen dos programas con este nombre en Radio Neura. Originalmente, eran uno que tenía como centro los pueblos del interior de Arica, desde donde provienen sus locutores. Luego, por divergencias de perspectivas ante los asuntos indígenas y la estrategia de su tratamiento medial, se escindieron en dos ofertas informativas que se siguen en horario. Uno, asociado a temas valóricos y políticos, en comunicación activa vía teléfono con actores de partidos políticos, autoridades y otros. Otro, enfocado en la perspectiva del dirigente indígena, y las materias que afectan a los pueblos originarios.

[23] Buenas tardes, hermanos y hermanas, en aymara.

[24] Referencia a que debería tener un nombre en pertinencia indígena, dada la concentración de población de ese segmento y la ancestralidad de la ocupación territorial.

> obviamente, a sus valles, el valle de Azapa, El Valle de Lluta, sector de Acha, Pampa la Concordia. Un saludo muy lindo para ellos, para ellas en especial. Ayer estuvimos en el encuentro de Género del CNR, y vamos a tener unos temas con respecto a eso. Pero, un saludo muy lindo para todas estas mujeres emprendedoras de esos sectores. Obviamente, saludar también a las comunas. La comuna de Putre, General Lagos, Camarones. Un saludo muy especial para ellos, con todo cariño. Y las localidades, ¿cómo no? Pues, esas lindas localidades que salen adelante e intentan quedarse, subsistir, y demostrar nuestra identidad. Las localidades de Belén, Caquena, Itiza, Lauca, Parinacota, Socoroma, Surire, Ticnamar, Alcérreca, Tacora, ¿No cierto? Nasahuento, Visviri, Caritaya, Codpa, Cuya y Esquiña. Y si me falta algo, ya lo sabe, un saludo con mucho cariño desde acá, nuestro programa" (Programa, Radio Frecuencia Tropical; locutora, 39 años, aymara, Fecha: 31.5.18)

Este tipo de programas tiene una orientación hacia relevar aspectos socioculturales del territorio, y sus expresiones. Por otro lado, es interesante el análisis comparado con programas con tendencia festiva, que cuentan con características más eclécticas, y alusión a una audiencia adulto-joven y factores inclusivos de la diversidad de alteridades (trans) andina en el escenario local-regional, a saber,

> "Queremos también contarles que estamos aquí en nuestro programa. Un saludo muy especial para nuestros amigos de la Escuela de Fútbol San Mateo ah, un gran, gran, saludo para nuestros amigos. Estamos reiterando también, para que se inscriban en los cursos de Terapia Floral, transfórmese en un terapeuta. Es una excelente oportunidad. Y queremos también saludar a nuestros amigos de los Lakitas Renacer del Norte, que este fin de semana estarán en una rica Guatia. Ahí estarán amenizando con buena música los Lakitas. Un saludo muy especial también para nuestros amigos de la Fraternidad Gigantes Alados, que se vienen con la convocatoria este sábado ocho, en la plaza Vicuña Mackenna. Esta gran convocatoria para este sábado. Además, va tener una gran rifa; una buena rifa para lo que será esta gran convocatoria, donde invitan también a quienes quieran ser parte de la Fraternidad. Están cordialmente invitados. Es una buena fecha. Es un buen tiempo para integrarse a una fraternidad, y poder ya debutar en el Machaq Mara, por ejemplo. Obviamente, también en el Carnaval con la Fuerza del Sol. Así que bien, bien por lo que se viene. Bien también por este fin de semana. Y tenemos también otras actividades que les vamos a estar contando acerca de lo que se hace aquí. Bien, ¿cómo está? Acerca de un pasacalle, a ver si nos llaman, nos confirman. También tenemos una excelente oportunidad. Se venden dos locales. Dos locales en la Feria Santa Ana, así es que aproveche esta excelente oportunidad." (Programa Waliki, Radio Andina; locutor, 52 años, masculino, Aymara, Fecha: 5.6.17)

Se establecen estimaciones por vía de la propia experiencia y feedback que reciben los locutores, y la radio. En este orden, fundado en el tiempo hay una relación que define a la audiencia de los programas según la modulación del público objetivo de la radio, y la que establece el tenor del mismo programa en particular. Específicamente, esta vinculación tiene una concreción en la trayectoria seguida y por el carisma/liderazgo de los/as directores y locutores/as.

Su *feedback* se observa a través del llamado directo a la radio, de acuerdo a la realización de programas, en los inter-espacios con anuncios comunitarios y/o vitales[25] (fallecimientos, bautizos, cortes de pelo, 15 años, entre otros) de miembros de comunidades/asociaciones, así como a través de las plataformas virtuales que establecen las radios y/o los programas radiales. En este plano, cabe observar una interacción mediante Facebook de locutores-animadores y audiencia, donde se imprime la importancia de códigos socioculturales para la correlación entre el mundo mediático, el mensaje y la audiencia-comunidad,

> "Estaremos con lo mejor de la música tropical andina en vivo !!!! y muchos grupos más 😊😊😊👋👋👋🎬🎬🍾🍾🤞🤞🤞🤞 con sello e identidad Aymara siempre 👉👉🎵🎸
> ¡¡¡Esteremos de nueva cuenta en el Centro de eventos más elegante de la región!!! Local SHAMAN 😊😊👉🎸👍🎵🎵🎵🎤" (Perfil público de locutor, julio 2018)

En respuesta en el sector de comentarios, adiciona una persona aludida,

[25] En efecto, de acuerdo al seguimiento de casos, los velorios y cortes de pelos son espacios relevantes a nivel comunitario y sociocultural. En estos espacios, se actualiza la comunidad, y se definen las empatías entre los miembros. Según una observación etnográfica que el equipo realizó, los años 2017 y 2018, se anuncia el fallecimiento de un miembro, el que es velado en su casa. Esto permite poner en sintonía a los miembros asociados por familia, territorio y/o alianza. Alrededor del ataúd, los miembros de las comunidades se citan a diferentes horas, y son atendidos por la familia, con bebidas, vino y picante de guata. En el ataúd, en el sector inferior del cajón, se deja un plato para el difunto, compuesto de picante de guata y papa chuño. Tal alimento es dejado todo el velorio, para luego quemarlo junto con otros elementos. También, van a tocar bandas de bronce, y/o zampoñas, según la tendencia del/la fallecido, y se toca su música, con lo que los comensales comparten, y evocan su participación en sus vidas, y/o se actualizan de sus redes familiares. Después, el difunto es llevado a un cementerio en Arica, o es llevado al cementerio de su pueblo de origen. Con tal acto, y el aparataje asociado se concluye el rito, para, luego, tras ocho días, quemar sus pertenencias, con afán de dejarle partir. Consiguientemente, por tres años, en el día de los muertos, se le evoca con elementos de sus gustos culinarios, o de consumo en general (cigarros si fumaba, alcohol si bebía, y música).

> "Suerteee...siempre con humildad que los caracteriza a ustedes y mas que son parte de nuestra de nuestra cultura aymara ...lindas costumbres saludos 😀😀"

El locutor responde entonces,

> "Así es siempre preservando y rescatando nuestras raíces, las de nuestros abuelos y bisabuelos !!!!!! Saludos 😊😊🎤 y tú linda familia"

Figura 7.10. Anuncios en Facebook que se orientan a comunidades de escucha de referencia
Fuente: Observación, año 2017

Figura 7.11. Invitación de celebración de 15 años, donde participan locutores de radios como animadores
Fuente: Observación, año 2017

Figura 7.12. Invitación a festividades andinas asociadas a sistemas de cargos, y ciclos anuales
Fuente: Observación, año 2017

En general, esta audiencia tiene una localización geográfica de fundamento. La interacción que con ésta tiene el/la locutor y la dirección de las radios, supone elementos catalizadores asociados a la ecualización que permiten los medios virtuales (como Facebook, por ejemplo). Nota un locutor al respecto,

> (…) bueno hay varias, la modalidad del programa también; está abierta para que todos los auditores puedan llamar telefónicamente a un teléfono fijo, y manifestar al aire o en forma interna, ya sea cualquiera información que quieran comunicar o cualquier comentario que quieran hacer acorde a la temática que se esté tratando o acorde a una temática propia que ellos quieran comunicar y también las plataformas ahora también tengo transmisión a través de Facebook live, Facebook y, también a través de Whatsapp; por lo tanto, si hay una constante comunicación con el público, con los auditores (…) (P15, 52 años, masculino, aymara)

Con todo, su realización es en torno a los anclajes sectoriales en el ordenamiento de la diferenciación sociocultural de los pueblos originarios, y su desagregación en micro-esferas de identidad colectiva.

Aquí, juega un rol central la biografía del locutor, en función a la realidad hacia donde dirige su mensaje. También ésto es transitorio, al ampararse en espacios y momentos de la cotidianidad, ecualizando aquello la atención de las comunidades a la actualidad mediática y las agendas públicas específicas.

7.6 DISCURSOS MEDIÁTICOS Y ASPECTOS SOCIOCULTURALES

La socialización mediática guarda relación con la pertenencia a la identidad colectiva indígena, de acuerdo a las alteridades ya descritas. En tal caso, la relación entre locutores permite un capital social que permite situarse en eventos para ejercer también como animadores. Observa este punto una locutora,

> Participar en el Carnaval de Arica, surgió en paralelo al área radial, y el mismo año me invitaron a participar para animar el carnaval, otro locutor de esta radio. He animado el carnaval con La Fuerza del Sol y también en Putre el carnaval Anata de los Pueblos Ancestrales, pero cruz de mayo, no, tampoco una Virgen de Asunta (P16, 34 años, femenino, aymara, pueblos del interior)

Promoviéndose elementos de cohesión comunitaria, esto se halla en correspondencia con instancias de realización tanto en Arica, los valles y los pueblos del interior, referidos a la organización de festividades, ámbitos de provisión de elementos de bienestar colectivo y proyectos, a la identidad auto-consciente, el

folclore y la coordinación e información de la ejecución de actividades sentidas por las comunidades. Anota sobre ésto otra locutora,

> (…) Estoy en la radio, porque en el pueblo participo siempre. Bailo también para la Fuerza del Sol, en los carnavales. Y también, para Putre, bailo Pachallampe. Y bueno nosotros, la religión de nosotros, también bailo morenos, pitucos que le llamamos, para el Santuario de Timalchaca, que está para el lado de Ticanamar también. De todas maneras, entonces, si ahora llega la fiesta de Timalchaca en el pueblo prácticamente también se están comunicando, después con los días domingos, que ellos hacen comida[26], hacen digamos reuniones. Entonces, todo eso se comunica por la radio (…) (P2, 69 años, femenino, aymara)

La actualidad se expresa desde ahí, teniendo los medios, en formatos análogos, un rol principal. Asimismo, son una plataforma para los comunicadores como agentes influyentes. Es decir, la cohabitación de la radio, su señal éter, y otros soportes de resonancia virtual en progresiva utilización, son elementos de resonancia para la actualización de sistemas de relaciones cotidianas y/o elaboradas a partir de la suscripción a grupos diferenciados, que se sitúan desde ahí.

Esto se encuentra vinculado a la emergencia de locutores como animadores de eventos, considerando, de manera particular, a los locutores de programas asociados a productoras y con gestión de auspiciadores. Aquello, comprendidos en radios comerciales de concentración de programas con asuntos indígenas, como lo son Radio Andina y Radio Frecuencia Tropical (Figura 7.10). Estos comunicadores, en amplia cobertura, han sido vinculados a espacios como los del Carnaval de Arica, organizado por la Municipalidad de Arica (Figura 7.11). Este espacio, con fines turísticos y de promoción a la diversidad cultural, convoca todas las alteridades ya descritas, desde la organización de bailes, con un sentido panandino, y desde un formato de competencia clasificada según los tipos de bailes. Ahí, los locutores juegan un rol relevante animando en diferentes escenarios a los bailes, en un trayecto que inscribe al centro de la ciudad.

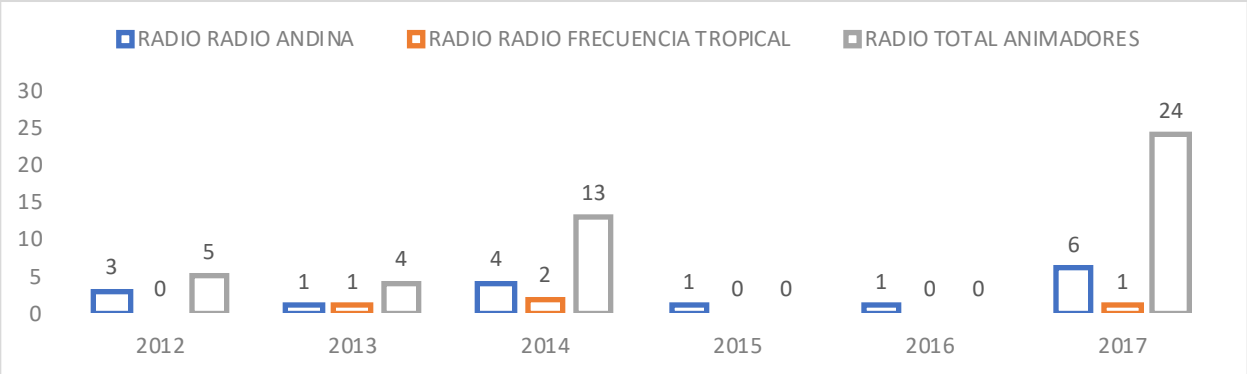


Figura 7.10. Nº Animadores del Carnaval con la Fuerza del Sol de Arica (fines de Enero) según radios de mayor concentración de programas con asuntos indígenas (referencial)
Fuente: Otras compras, enero, Transparencia Ilustre Municipalidad de Arica, animadores. Años 2015 & 2016 con escasa información disponible

[26] En efecto, uno de los avisajes relevantes en radios con contenido indígena, especialmente en Radio Andina, está asociado a informar de la realización de "platos únicos", donde se vende comida (ej. *Guatia*, Picante de pollo y guata, Sajta etc. -en especial, resalta la definición sociocultural también de algunos de los platos ofrecidos, según la matriz de la alteridad protagónica-) referente a las organizaciones de festividades de pueblos o patronales más generales a realizarse en Arica y/o en el contexto rural. Aquello, para solventar gastos asociados a los trajes de bailes, para apoyar a pasantes y/o disponer de ingreso complementario para la ejecución de actividades alternativas.

Figura 7.11. Registro etnográfico, convite Carnaval 2018, Centro de Arica

7.7 DISCURSOS MEDIÁTICOS SOBRE ETNICIDADES SEGMENTADAS

Aquí, la etnicidad define a la dinámica activa que fundamenta la elaboración de la diferencia cultural, interna y externa, consciente y subjetivada, ante un proyecto marco que aborda y procesa lo indígena/diferente, y lo sitúa en un determinado e histórico orden de cosas, basado en relaciones de poder y legitimación (Banks 1996; Brettell 2007; Hale 2004). En términos de apuesta política, constituye un ámbito de promoción auto-consciente a alternativos proyectos de sociedad, y de reivindicación de perspectivas propias indígenas: nosotros respecto de los otros. Ahí, desde el caso, se advierte que se comprende un conjunto de elementos de diferenciación entre las alteridades identificadas, que convergen y divergen en un campo multicultural de relaciones, donde prima la impresión clasificatoria gubernamental para imputar a las matrices socioculturales en frontera "viva". Esto define una estratificación que ecualiza a las agendas mediáticas y la articulación de discursos de etnicidad. En tal caso, priman como grupo los asociados a la ascendencia con pueblos del interior de Arica. Le siguen los de otras regiones con instalación de prácticas evocativas al territorio de pertenencia ubicado en otra región. Posteriormente, están los grupos transfronterizos y una agenda también vinculada a sus lógicas nacionales y territorios de pertenencia en Perú y Bolivia (Figura 7.12).

ALTERIDAD	CONTENIDO MEDIAL	
	ETNICIDAD	SOCIOCULTURAL
Aymara regional	Territorialidad ancestral, derechos culturales e indígenas, medioambiente	Festividades y espacios de actualización de relaciones comunitarias
Quechua regional	Legitimación de la ascendencia quechua y conflicto con aymaras, derechos culturales y territorialidad	Festividades y espacios de actualización de relaciones comunitarias
Aymara (Tarapacá)	Territorialidad en Tarapacá, derechos culturales, afectación de recursos y tierras	Festividades y espacios de actualización de relaciones comunitarias
Quechua (Tarapacá)	Legitimación de la ascendencia quechua y conflicto con aymaras, derechos culturales y territorialidad	Festividades y espacios de actualización de relaciones comunitarias
Mapuche	Wallmapu, territorialidad y pugna con el Estado sobre tratamiento de organizaciones mapuches	Organización de espacios de ritual y comunidad emergente en Arica
Aymara transfronterizo boliviano	Suscripción a temas de Perú, y su pueblo de origen	Festividades y espacios de actualización de relaciones comunitarias
Quechua transfronterizo boliviano	Suscripción a temas de Perú, y su pueblo de origen	Festividades y espacios de actualización de relaciones comunitarias
Aymara transfronterizo peruano	Suscripción a temas de Perú, y su pueblo de origen	Festividades y espacios de actualización de relaciones comunitarias
Quechua transfronterizo peruano	Suscripción a temas de Perú, y su pueblo de origen	Festividades y espacios de actualización de relaciones comunitarias

Figura 7.12. Alteridades según etnicidades y elementos socioculturales configurantes de los discursos mediáticos en radios
Fuente: Registro etnográfico

En este orden, desde el caso, es posible advertir que los programas con ribetes de etnicidad se concentraron en las radios comerciales, y en programas con auspiciadores y/o auto-gestionado. Estos espacios mediales se asocian a comunidades comunicativas y su diversidad.

Así, la agenda pública se define en un nivel implícito desde su introducción en la cotidianidad de los actores. Esta dimensión, sostiene un factor inclusivo, y exclusivo a la vez. Define el sentido atribuido a la locución, a su porqué y para quién. Anota al respecto un locutor,

> (…) eh para mí personalmente, el programa tiene un objetivo que, a lo mejor por falta de información y formación en temas, tal vez, no se ha podido netamente lanzar en forma definitivo, en lo que son temas que tiene que ver con los pueblos originarios. Mi idea no es quejarnos, porque eso es uno de mis discursos; a lo mejor usted ha escuchado, últimamente, que no es ni sentirnos victimizados, porque hoy día por hoy nuestros hijos, mis hijos ya son universitarios por finales mis nietos ¿entiendes? Yo mismo ya he terminado mi enseñanza media, he hecho, en ese sentir, yo creo, que nos sentimos preparados

> como temas que donde nosotros podemos plantear como propuestas desde el punto de vista de los pueblos originarios (…) (P1, 55 años, masculino, aymara, Bolivia)

En este plano, la formulación de discursos de desarrollo mantiene una directa relación con una demanda de inversión por parte del Estado. El Estado es un actor social estructurador de los discursos de etnicidad.

7.8 CONCEPCIONES DE GÉNERO EN EL SISTEMA INFORMATIVO

En un sistema donde está normalizado que los miembros varones tiendan a adoptar roles de comunicadores sociales, las configuraciones socioculturales de género instalan elementos de complejidad al sistema. Aquello, mediante las transformaciones que actúan en la participación contemporánea de miembros femeninos. De este modo, los roles de director, locutor y audiencia se vinculan a la expresión de *interseccionalidad*[27], fundada en dimensiones de contexto.

Dado lo observado, el género se incorpora como elemento central en la concepción de las relaciones. Mediando la emergencia de los líderes de opinión y sus entornos, éste vincula la dinámica de las comunidades comunicacionales de referencia. Una de las expresiones de esta dimensión está asociada a la participación de mujeres en el ejercicio de la locución. En este orden, se tienen algunas observaciones: 1) en la actualidad, las mujeres están en progresiva participación en espacios mediales-públicos; 2) la participación de las mujeres se encuentra ecualizada por su suscripción a alteridades indígenas, configurantes de comunidades de escucha; y, 3) las mujeres que participan como locutoras/productoras/animadoras no presentan, como tendencia, una formación oficial en comunicación en los casos vistos, y se hallan asociadas a las funciones de dueñas de casa, madres, y estudiantes, entre otros. Anota en este énfasis, una locutora,

> (…) Estuve muy chica en radio, porque yo era menor de edad. Por curiosa, me metí. Después quedé bien, y de ahí tuve a mis bebés mayores. En ese lapso me desligué un poco, y cuando creció mi bebé volví de nuevo. Ya volví acá a las diez en la Radio. Acá la mayoría de los que trabajamos somos indígenas aymara, y tenemos raíces y sus tradiciones y tenemos que saber participar en todas las costumbres, como matrimonio, la fiesta del Carnaval, las cruces, esas cosas (…) (P3, 38 años, femenino, aymara)

En general, asumiendo parámetros binarios, definidos por la interpretación de la "dualidad complementaria", en la época de etnogubernamentalidad, este constructo es entendido como una adecuación conceptual de relaciones ego-centradas y alter-centradas idealizadas y, a su vez, vividas, que expresan ciclos vitales definidos por su condición relacional con otros miembros. Este punto lo ilustra un locutor,

> (…) Quizás en nuestra cultura no existe ese concepto; es decir, de esa forma. Pero sí hablamos de la dualidad, de lo que es importante en nuestra cultura; y la dualidad está dentro de lo que es la valoración de la mujer, la valoración. También a todos los otros de la comunidad en general, incluyendo a los niños, a los adultos, desde una perspectiva propia, obviamente decimos que si valoramos lo de género, sí deberíamos decir que sí, la cultura aymara es una cultura muy respetuosa, muy armónica también, muy complementaria en torno a lo que es el género y la valoración de este en general y en su totalidad como comunidad (…) (P15, 52 años, masculino, aymara)

Asimismo, se expresa como un ámbito de escasa relevancia en la elaboración de contenido medial. No obstante, esta dimensión se atiende en la percepción de la participación en tanto audiencia, de acuerdo al tenor que comprenda a los programas, su público objetivo y radio de referencia. Aquí asociativamente se da un elemento ya abordado de consciencia de la alterización indígena y no indígena. Esto lo complementa el locutor anteriormente citado,

[27] Por este concepto, se refiere a la ponderación dinámica de diferentes dimensiones de vulnerabilidad estructural y situacional que imputan una posición subalterna o de desigualdad entre los agentes, especialmente expresada en la condición de género. Tal esquema genera identidades marginalizadas, que se incorporan en el espectro con memorias colonizadas, con experiencias de opresión e invisibilizaciones naturalizadas (Taylor 2010).

> (…) En la audiencia hay bastante variedad. Podríamos decir que el público mayoritario sin temor a equivocarnos, creo que debe ser más mujeres; eso lo puedo comprobar, porque cuando uno hace un concurso,[28] o los contacto principalmente, son más mujeres que hombres, y eso ocurre en diferentes ámbitos. Siempre la mujer es más participativa y, obviamente, en el mundo de las comunidades indígenas de nuestros pueblo, obviamente el pueblo aymara, eso podría tener como una respuesta del tipo de audiencia que tiene el programa y que está siempre participando; o sea, estamos hablando que todos participan aquí, tenemos la comunidad ariqueña que no es aymara, y la comunidad ariqueña de origen sureño como hacemos mención también, o la comunidad que también no necesariamente es de nuestra ciudad porque, también tenemos sintonías diferentes en lugares de llegadas y como los hoteles y residenciales, por nuestra característica la radio tiene también esa audiencia, pero en general serían mujeres; y, obviamente, la comunidad aymara y la comunidad que está inmersa en diferentes actividades culturales y actividades que están relacionadas con diferentes festividades y pueblos (…) (P15, 52 años, masculino, aymara)

En tal esquema, mediáticamente, se instalan los temas de género de manera acotada desde la idea de lo femenino-mujer; en contextos rituales de la dualidad mencionada, asuntos definidos para mujeres y fechas simbólicas de conmemoración, como lo son los del día internacional de la mujer indígena (ej. Evocando a Bartolina Sisa[29]), el día de la mujer, el día de la madre y el de la mujer rural, especialmente.

7.8 ESPACIOS DE ESCUCHA

Lugares de escucha

La audiencia es un elemento estructurador de la organización del sistema comunicativo. Ésta se elabora desde la definición de alteridades internamente diferenciadas en el constructo indígena regional, convocadas en espacios "lugares" y "no lugares". En el primer caso, referido a espacios de concentración de la población y relaciones asociadas a la presencia de comunidades determinadas. En el segundo caso, el de no lugares, asociada a espacios transitivos y que conectan otros lugares, como lo es la locomoción pública. Ambas dimensiones configuran los espacios de escuchas, entendidos como ámbitos de consumo preferente de la oferta informativa de radios indígenas.

Las radios conciben y visualizan sus lugares de audiencia, a través de mecanismos de interacción tradicional y/o vía el uso de TICs. Para esto, son fundamentales los programas y la observación a los soportes verticales (radiofonía y llamados telefónicos a la radio) y horizontales de interacción (Facebook live, radio WEB).

Observa una actora de dirección de radio su perspectiva al respecto,

> (…) no hay necesidad ni siquiera de hacer catastro, si yo sabía porque, al final nosotros íbamos a los espacios. Sabíamos que es lo que escuchaba la gente, su música –sea peruana, boliviana o chilena–. Que vinieran para acá a proponernos ideas como para tocar música antigua, música que sea boleros antiguos, cosas así o música en inglés. Nunca yo acepté eso, porque no era eso nuestro propósito. Claro, yo siempre me preocupé, siempre me preocupé de que aquí tiene que haber una línea a seguir y no tiene que salirse de la línea. Y esa línea es justamente, promocionar, valorar la música, la cultura, las tradiciones ancestrales andinas por decirlo, porque ni siquiera es aymara, también la quechua, y todas las culturas que Arica tiene. Tratar de satisfacer las necesidades de todas. Y ese ha sido nuestro digamos, ese ha sido lo que nos ha distinguido de otras radios. Otras radios son más parecidas, porque, bueno, después de un poco tratamos de coordinar en sí, temas de promoción. Pero, la verdad, son muy diferentes si tú las escuchas te darías cuenta mejor. Ahora a través de la página, una transmisión online, nos escuchan en Alemania, de todos los lados. Nos escuchan siempre del sector rural, gente (…) (EP4, 55 años, femenino, aymara)

Es una relación de proximidad entre las radios, los programas que comprende y la audiencia, como nota un locutor,

> (…) Personas mayores de treinta años escuchan mi programa; una cosa así. Pero, también me han escrito de Azapa que escuchan o me piden temas como para conversar y cosas así. Yo me doy cuenta de que se escucha el programa. A los pueblos, no llega. Pero, como yo ando en la locomoción colectiva igual, uno a veces anda en los colectivos y bueno, hoy día la gente

[28] El concurso es un espacio relevante, ya que constata el número de escuchas estimable del programa, así como fortalece la relación con auspiciadores de programas definidos por este modelo de gestión. Mediante este mecanismo se interactúan y comparte información sobre lugares de escucha y percepción cruzada sobre lo contingente en el universo común de comunicación.

[29] Asociada al período colonial (S. XVIII), fue una mujer aymara que es considerada heroína, junto a Gregoria Apaza. Bartolina fue esposa de Tupac Katari. Ellos lideraron una revuelta contra los contingentes españoles en 1781 en El Alto, La Paz Bolivia. Posteriormente, fueron ejecutados, marcando un precedente al respecto.

está como más abierta a escuchar muchas radios, y se cambian de un momento a otro. Hay vecinos a veces "oye, te escuchamos, te escucho siempre" cosas así pero, ahí uno se da cuenta que hay audiencia y eso me pone un poco nervioso también, porque ahí uno dice "qué tema vamos a tocar?" (…) (EP10, 53 años, masculino, aymara)

Complementa otro locutor, observando, desde su experiencia, la dinámica de escucha dada entre espacios móviles, globalizados y virtuales,

(…) Hoy día la locomoción colectiva nos escucha bastante. También, por ejemplo, en la fábrica de bicicletas Oxford nos escuchan, yo tengo un cliente ahí que se llama, señor Oxford le digo. Y le mandamos saludos, él siempre nos escucha, también tenemos en la línea U de colectivos; pero, también tenemos en el interior, como está inviable ahí en la página de la radio nos pueden escuchar; a veces nos llaman de España, o a veces nos llaman también para el interior de Iquique, de las empresas Collahuasi, ¿no?, a ver otro, ¿Komatsu? Nos llaman de allá de la parte mecánica de la gente que es también de las salitreras, gente también, nos hablamos, le ponemos un tema que ellos generalmente piden el Cachimbo de Tarapacá. Tenemos bastante sintonía, nos escuchan en Argentina, en Brasil, en Bolivia, en Cochabamba; he recibido llamadas de Cochabamba, y nos escuchan también en Perú, en Cuzco, escuchan ahí (…) (P15, 52 años, masculino, aymara, Bolivia)

Así, en contextos urbanos, rurales y virtuales, la adscripción indígena modula aspectos del consumo medial en radios. Según esto, se conforman comunidades de escucha. Aquello, mantiene una correlación positiva con espacios geográficos socioculturalmente codificados por la diversidad interna de las alteridades indígenas comprendidas.

A propósito, se pasa a caracterizar elementos de estos espacios.

Ciudad de Arica

En este marco, la ciudad de Arica concentra la complejidad sociocultural y de etnicidad indígena. Esto se expresa a través de la diferenciación interna de los grupos y sus subscripciones territoriales, y organizacionales. Con tal escenario en vista, Arica concentra alteridades de pueblos del interior de Arica, de pueblos originarios de otras regiones (ej. Aymara y quechua de Tarapacá; mapuches de diferentes territorialidades del wallmapu[30], etc.), y de pueblos originarios trans-fronterizos (aymara y quechua). Estas alteridades ordenan su localización en la ciudad de acuerdo a criterios de asentamiento histórico desde mediados del S. XX.

De esta manera, la audiencia contiene un ordenamiento geográfico visible. Por un lado, localizado. Por otro, des-localizado, en invocación a comunidades situadas en el esquema regional (Figura 7.12).

En el caso del localizado, se refiere a espacios de consabida escucha asociados a la relación directa de las radios y de los locutores con tales entornos; sea con fines informativos y/o recreacionales. En el caso del des-localizado, se refiere a los espacios transitorios de vehículos de locomoción colectiva (ej. Colectivos, taxis, microbuses), así como a la incorporación de agentes a través de TICs interactuando desde espacios extra-regionales (a nivel nacional o internacional).

[30] Las colectividades mapuches en condición de inmigrantes internos, hace más o menos una década han visibilizado su condición sociocultural en la región. Esto se halla asociado a los perfiles urbanos de sus miembros. En tal caso, en ese marco temporal, han situado la madurez de su manifestación, formalizando asociaciones en Arica, en el contexto de la Ley Nº 19253 de 1993. De esta forma, orientados a un énfasis de identidad y promoción a la agenda territorial en el sur de Chile, han generado, últimamente, espacios propios de cohesión y de celebración en el sector de Azapa, con características excluyentes a las otras alteridades.

Nº	NO LUGARES			
	ENTIDAD	**ORIENTACIÓN**	**UNIDAD TERRITORIAL**	**ALTERIDAD REFERENTE**
1	Buses Internacional Calí	Transitoria	Viajes trans-fronterizos	3,1
2	Buses La Paloma	Transitoria	Viajes al interior de Arica	1, 3
3	Transportes Lázaro	Transitoria	Viajes al interior de Arica	1, 3
4	Terminal internacional	Transitoria	Viajes trans-fronterizos	3, 1
5	Colectivos (nºs 8 y U, especialmente)	Transitoria	Viajes inter-urbanos Arica	1, 3, 4
6	Taxis a Azapa (color amarillo) *** Se han sumado, últimamente, flotas de transfer que llegan al km 30, donde llegan personas indígenas de Perú y Bolivia a ofrecer su fuerza laboral para faenas agrícolas o sus derivados*	Transitoria	Azapa-Arica	1, 3, 4
Nº	**LUGARES**			
1	Discoteque Fandango	Entretención	Arica	1, 3
2	Bar Anaconda 1,2,3,4, VIP	Entretención	Arica	3, 1, 4
3	Club de Huasos	Entretención	Azapa	4, 2, 1, 3
4	Local Sin Fronteras (azapa, km 9)	Entretención	Azapa	3, 1, 4
5	Las Llosyas	Entretención	Azapa	3, 1, 4
6	El Palacio de la Cumbia	Entretención	Azapa	1, 3, 4
7	Epicentro Latino	Entretención	Cerro Sombrero	4, 3, 1
8	Hacienda de Napolés	Entretención	Cerro Sombrero	4, 3, 1
8	Espacio Soho *** Relativamente cuestionado por ser espacio promovido por "blanquitos", en una gesta por definir lo andino desde criterios relativamente fenotípicos*	Entretención	Arica	1, 3, 4
9	Schoperías de barrios (Los Astronautas, La felicidad, entre otros)	Entretención	Arica	1, 3, 4
10	Pub Andino San Francisco	Entretención	Arica	3, 1
11	El Rincón Codpeño	Servicio de alimentación	Arica	1, 3, 4
12	Local Tía Peta	Servicio de alimentación	Arica	4
13	Restaurant Urkupiña (terrazas y cía)	Servicio de alimentación	Arica	3, 4, 1
14	Restaurant La Unión	Servicio de alimentación	Arica	1, 3, 4
15	Restaurant Kimsachata	Servicio de alimentación	Arica	3, 4, 1
16	Restaurant Kuchumarka	Servicio de alimentación	Arica	1, 3, 4
17	Restaurant Sabor Latino	Servicio de alimentación	Arica	4, 3, 1
18	Carnes Kar, agro, centro	Abastecimiento	Arica	1, 3, 4
19	Carnicería El León (blas silvestre y cía), agro	Abastecimiento	Arica	1, 3, 4
20	Botilleria El Pecador (huarachi y cía),	Abastecimiento	Arica	1, 3, 4
21	Salón de belleza Sumaq Warmi (flores y cía)	Servicio	Arica	1, 3, 4
22	Tiendas de ropa Ventura Arica	Servicio	Arica	1, 3, 4
23	Parroquia Buen Pastor	Culto católico	Arica	1, 3, 4
24	Liga Andina de fútbol	Deporte	Arica	1, 3
25	Parcelas agrícolas en Azapa y Lluta *** Consumo medial vía radios locales en Arica, radios con alcance de trans-frontera (ej. La inolvidable), o música compacta adquirida en el terminal del Agro-Arica, o traída desde regiones de origen*	Entretenimiento	Azapa-Lluta	1, 2, 3, 4

Figura 7.13. Espacios de cohesión indígena en el área de Arica y área peri-urbana (algunos de sus referentes, sin perjuicio a la existencia de otros espacios)[31]

1= Pueblos del interior de Arica; 2= Pueblos originarios de otras regiones (aymara, quechua, mapuche, etc.); 3= Pueblos de (trans)frontera andina (quechuas, aymara, otros emergentes); 4= Popular

Fuente: Registro etnográfico

En este particular, son especialmente relevantes los espacios residenciales, comerciales y de entretención. Los residenciales son elaborados por migraciones históricas de comunidades del interior de Arica, así como por migraciones de otras comunidades post salitreras (mediados del S. XX), migraciones trans-fronterizas y la oleada más contemporánea a través de subsidio social en la zona norte de la ciudad. En este criterio, espacios como la población Chile, Barrio Maipú Oriente, Tucapel 7, y el sector norte de la ciudad, considerando especialmente poblaciones como la Jallalla y puerta norte. También, es un sector relevante el residencial y comercial en torno al AGRO en Arica, donde se ha concentrado población indígena de pueblos del interior, y trans-fronterizos andinos (Figura 7.13, 7.14, 7.15, y 7.16).

[31] El criterio de inclusión acá está definido por la concentración relativa de colectividades derivadas de pueblos del interior de Arica, indígenas de otras regiones del país y de la (trans) frontera por Perú y Bolivia.

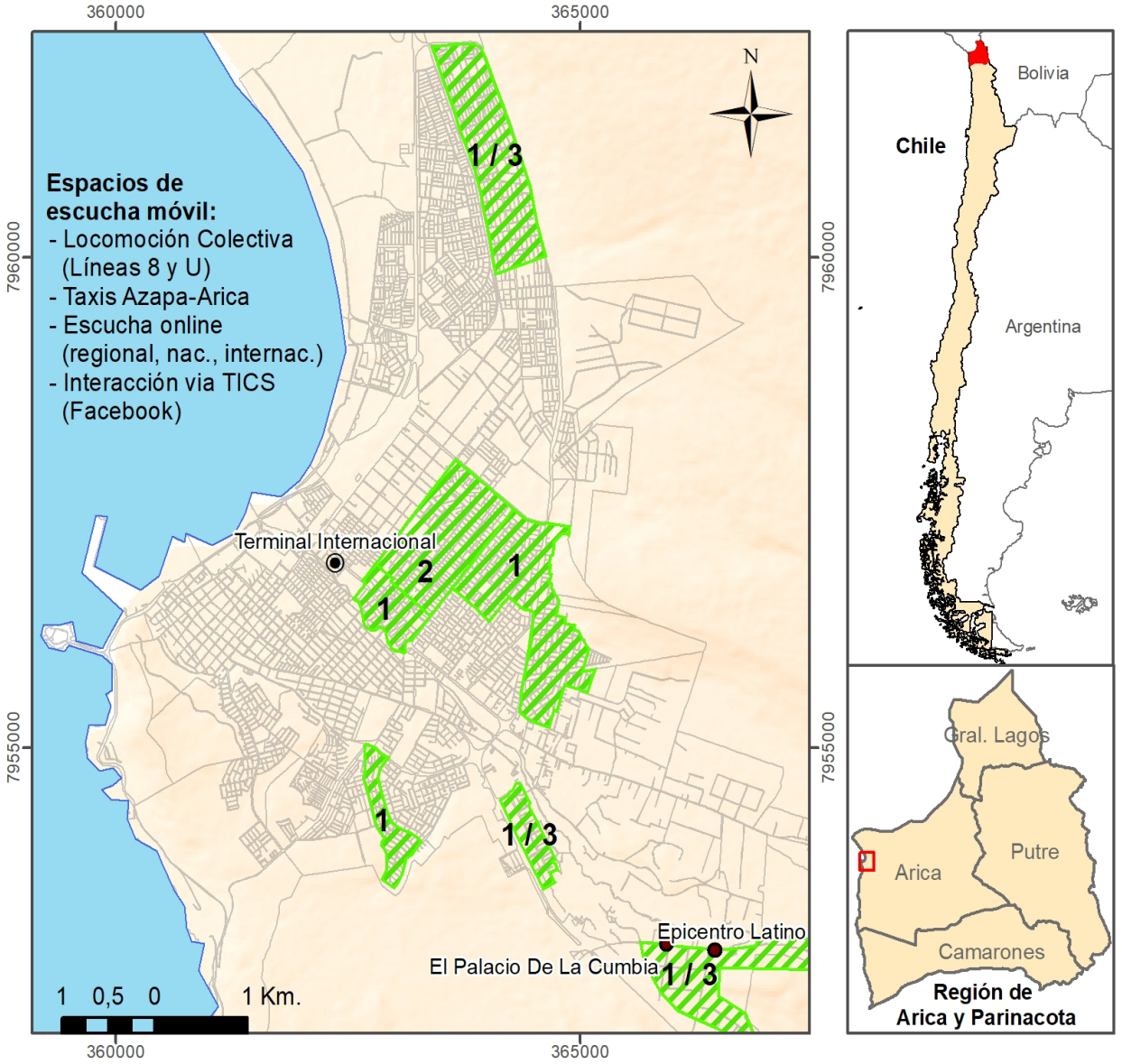
Por otro lado, considerando espacios comerciales, se connotan los del ASOAGRO,[32] y su entorno.[33] Orientado a la venta de productos de la actividad agropecuaria regional, el intercambio trans-fronterizo de estas materias, y a productos de abastecimiento, conectado con otro de venta de productos y ropa, son relevantes las relaciones que se realizan ahí, que tienen que ver con la actualización de dinámicas comunitarias de las alteridades aquí descritas. Tal espacio de socialización es un lugar de escucha, producción medial a "*parlante*" a través de la Radio La Voz del Agro, y de adquisición de música andina (Chicha, Huaynos, etc). Esta última materia es interesante, ya que con la venta de pendrives con música andina se da un fenómeno complementario al de radio. Los migrantes indígenas bolivianos y peruanos que llegan a la ciudad, como uno de los lugares preferentes para emplearse, se convocan ahí para advertir el requerimiento de servicios en la agricultura, ganadería y/o otros servicios domésticos. Asimismo, en tal escenario, según observación en terreno, adquieren pendrives para luego utilizarlos en radios parlantes en áreas de inaccesibilidad de señal radiofónica sonora FM & AM.

También, se debe considerar los espacios de entretención conexos a lo anteriormente descrito. Tales espacios son relevantes para la escucha y consumo medial indígena, y se refieren a espacios de amplia concurrencia de música andina ubicadas en la ciudad de Arica (como Fandango, Espacio Soho), y en sectores peri-urbanos del Cerro Sombrero, donde se connotan el Epicentro Latino y el Palacio de la Cumbia. Aquí también son relevantes las schoperías andinas, locales donde se bebe alcohol socialmente en mesas, oyendo música chicha & Huaynos -entre otros-, concurriendo varones de diferentes edades (>18 años) de las alteridades de pueblos del interior, de (trans)frontera, y del mundo popular especialmente. En este lugar se es atendido por mujeres.[34] Su dinámica se encuentra asociada al Terminal del AGRO, al centro y los barrios populares de ocupación histórica indígena del interior, como la Población Chile. En este último tenor, se vinculan otros espacios de entretención al interior del valle de Azapa, como lo son Las Llosyas, por ejemplo.

[32] Esta entidad es una figura privada que emerge a inicios de la década de 1980 la Asociación Gremial de Medianos y pequeños A.G (o AGRO), reuniendo productores agropecuarios indígenas. En este ámbito se da la necesidad de una apuesta para mantenerse informados del quehacer cotidiano, y dar soporte recreativo a las labores de comercialización de productos, emergiendo una radio "parlante". En 1991 se incorpora Luis Jachura quien, con una experiencia histórica de radios en Arica, le da un sentido de radio solidaria, invocando elementos informativos de los puestos, la comunidad y recreacional. En la Radio, se difunde información sobre personas que se ofrecen a trabajar (peruanos, bolivianos, indígenas aymara, quechua) en labores agrícolas y comerciales, citas a reunión, e información de interés comunitario (fiestas, fallecimientos, nacimientos, etc.). En lo último, este 2018, se estima ver la factibilidad de contar con una plataforma online.

[33] Se logró observar la relación entre el avisaje medial y los espacios de convocatoria indígena en el área. Generalmente, en Arica, en las radios con mayor contenido indígena, como la radio Andina y Frecuencia Tropical, se concentra el avisaje referido a los espacios de convocatoria indígena, así como de negocios con propietarios con adscripción indígena, y/o referencias a la actividad agropecuaria familiar y mediana en el sector. Del mismo modo, estas emisoras concentran el avisaje de hechos vitales como nacimientos, ritos como corte de pelo, matrimonios y de fallecimiento de miembros de los pueblos del interior y de alteridades (trans)fronterizas. Por ejemplo, según registros del estudio, se tiene el siguiente aviso en Radio Andina, lo que ilustra lo señalado: "*Se busca pastor de llamas, para sector del altiplano, en caso que sea extranjero (boliviano), se le ayudará a mover los papeles para trabajar*" (Radio Andina, 18.1.2018)

[34] Las mujeres que atienden son en general migrantes indígenas de Perú y Bolivia. Últimamente, hace cinco años aprox., se insertan en estos oficios mujeres colombianas y del Caribe, sumando complejidad al sistema de relaciones inter-culturales de género que se realiza en tales cónclaves. Esta observación es convergente con la descripción etnográfica que, desde otro caso y tenor, realizan Barrientos et al. (2011). Los autores analizan la organización social de la Schopería en contextos mineros del norte de Chile, a través de la atención a la asociación entre homosocialidad y lugares de entretención para hombres. En este orden, analizan los parámetros del vínculo entre la amistad y la complicidad masculina en el lugar, para notar la realización *performativa* de prácticas heterosexuales, en el sentido de identidades expresadas en tal configuración.



Información Geodésica

Sistema de Coordenadas	UTM Huso 19S
Datum	WGS 1984
Escala	1:90.000

Simbología

- Recinto de escucha
- Centros de eventos
- Red vial

Tipos de audiencia

1. Pueblos interior de Arica
2. Pueblos originarios otras regiones
3. Pueblos originarios transfronterizos

Figura 7.14. Mapa de sectores de audiencia de programas indígenas (ciudad de Arica)
Fuente: Registro etnográfico

Figura 7.15. Espacios de ASOCAPEC, sector terminal del Agro Arica
Fuente: Registro etnográfico

Figura 7.16. Frontis Radio "parlante" La Voz del Agro, y el avisaje comunitario-comercial asociado
Fuente: Registro etnográfico

Figura 7.17. Espacios de cohesión y diferenciación sociocultural urbanos, schoperías, centro de Arica
Fuente: Registro etnográfico

Valles litorales de Lluta y Azapa

Los lugares de escucha no pueden entenderse sin su vinculación a espacios de los valles litorales de Lluta y Azapa, sectores dedicados a la agricultura intensiva.[35] Acá es significativa la noción de "aislamiento" geográfico, y la capacidad que han desarrollado las comunidades para participar en las comunicaciones asumida una cobertura limitada de medios de comunicación según se progresa a las cabeceras de los valles (Figura 7.17). [36]

[35] Estos valles concentran la agricultura intensiva de hortalizas y olivo en la Región, orientado a mercados de las ciudades de Arica, Iquique, Antofagasta, Calama y Santiago.

[36] Atendiendo a este particular, la prensa escrita, recientemente, señala sobre el Valle de Lluta, próximo a la ciudad de Arica, que (…) tendrá radio local, tras años de oír solo emisoras de Perú y Bolivia (…), a este particular se incorpora la voz del presidente de la Unión 25 de la Junta de Vecinos del sector Alberto Jordán del Valle (km 12-17), quien observa (…) Por la conformación geográfica del valle, las ondas de radio de Perú y Bolivia llegan con mayor facilidad (…) Pero las frecuencias locales y nacionales no tienen buena señal aquí y por eso hemos vivido totalmente desinformados con el acontecer local (…) (Diario La Estrella, miércoles 6.12.17, p. 25)

Desde tal plataforma, se ha elaborado una audiencia particular, de corte territorial y urdimbre sociocultural. Particularmente, en los espacios de valle, se han elaborado circuitos de la alteridad local que negocian su diversidad con la imputación de complejidad mediante tradiciones culturales (trans)fronteriza.[37] Al respecto, observa un locutor,

> (…) Creo que hay una audiencia muy clara que es principalmente los valles de Azapa, Lluta también y Arica también, la ciudad toda la urbe; la ciudad da todo el componente social que está muy relacionado. Recordar que nuestra ciudad tiene un cuarenta por ciento de población aymara. Por lo tanto, ahí podríamos tener un universo aparte de toda la gente que participa en las diferentes actividades semanales, mensuales y anuales que se realizan en nuestra ciudad que son de corte andino como fiestas, matrimonios, celebraciones fechas importantes, fiestas patronales en el caso de los pueblos, fechas importantes como Machaq Mara, el carnaval, fiestas también que son propias de lo que es las festividades de la ciudad, que también nuestra comunidad andina participa. Por lo tanto, si hay un universo importante en el cual fiel auditor de nuestro programa y también a la radio (…) (P15, 52 años, masculino, aymara)

Complementa otro locutor, en referencia a su audiencia,

> (…) Nos escuchan en Azapa, prácticamente, casi un noventa por ciento. Porque eso hemos constatado cuando hay reuniones. A través de la radio, o sea la radio es escuchado y se informan las situaciones, avisos y concurren, convocamos a una reunión (…) (P15, 52 años, masculino, aymara, Bolivia)

Y, más mediatamente, con su vinculación trans-local con miembros de los asentamientos rurales e indígenas, y su padrón iterativo, entre sus localidades y la ciudad de Arica. Aquello, remite, en algunos casos, a estadías de días de la semana en las localidades y bajadas los fines de semana, sea a provisionarse, hacer trámites, y/o ver a sus familiares en sus hogares urbanos.

En este sentido, los valles y su trayectoria histórica de definición socio-productiva, basada en la agricultura y residencia, ha establecido en sus cabeceras un asiento privilegiado para las colectividades adscritas a alteridades de pueblos del interior, de otras regiones (Tarapacá, especialmente), y (trans)fronterizos andinos aymaras y quechuas (Rivera y Platt 1974; Platt 1975).

Los pueblos del interior, por situación de trayectoria escalonada y progresiva de sus migraciones a mediados del S. XX, fueron incorporándose como propietarios y mano de obra en explotaciones del área, especialmente en a la altura del intervalo 40-50 km, produciendo hortalizas de hoja de acuerdo a la tendencia en la suscripción a pueblos como Belén y Ticnamar (Grebe 1984, 1986). Similar situación convoca a pueblos de otras regiones con adscripción aymara y quechua, especialmente.[38] Por otro lado, los agentes (trans) fronterizos andinos se incorporan como propietarios y mano de obra de faenas agrícolas y de construcción.[39]

---

[37] Referido a diferentes contextos históricos del S. XX, desde tales contextos se ha definido un entorno de otredad singular, que involucra identidades indígenas urbanas y rurales, gregarias, comerciales y festivas. Estas conectadas por la concertación en dimensiones territoriales y/o virtuales en torno a pueblos originarios. Por ejemplo, como una síntesis de consumo medial de música andina, formación de espacios indígenas urbanos y peri-urbanos, en la década de 1980 se tiene la experiencia de los chaperones y masas, grupos de indígenas con ascendencia boliviana y de pueblos del interior, que pugnaban entre sí, elaborándose como colectividades en discordia. Ahí jugó un rol relevante la música, los espacios y la formulación de ofertas mediáticas desde el enfoque indígena y local.

[38] En observación etnográfica del estudio, se ha advertido acá la importancia de festividades de pueblos del interior de Arica y de los de Tarapacá entre los propietarios y trabajadores de los sectores de cabeceras de los valles. Por ejemplo, el 2 de enero de cada año, se organiza la festividad de los pastorcitos en San Miguel de Azapa y en Pampa Algodonal convocada por residentes con adscripción territorial en Camiña (Tarapacá), donde, posteriormente, se sigue la celebración en la Cruz de Mayo. Esto implica una movilidad desde el Valle y Arica hasta Camiña, en un rito que dura alrededor de tres días de procesión, con una peregrinación hacia el sector territorial de la Cruz, a cargo de pasantes electos cada año, o a cargo de la comunidad.

[39] En general, existen dos condiciones asociadas a la población inmigrante internacional de adscripción aymara y/o quechua acá. Una, definida por la inserción vía la adquisición de propiedad de la tierra mediante compraventa y/o título gratuito contra proyecto productivo presentado a Bienes Nacionales, que ha posibilitado la emergencia de elites que acumulan medios de producción. Acá, tras una o dos generaciones, se busca tramitar la acreditación indígena ante CONADI. Fijado un arraigo local, establecen relaciones productivas con otras alteridades inmigrantes internacionales, estableciendo tutelas informales, que van desde el apresto de residencia, hasta la definición de vinculaciones de parentesco real o ficticio. En este último caso, en el supuesto de que la base de esta migración es de tipo familiar extensa, luego de un periplo desde Perú (desde sectores como Puno, y Cusco, especialmente), y Bolivia (desde sectores como Jalsuri, Guayllabamba, entre otros), y la articulación con la ciudad de Tacna y/o Arica, se dirigen estos actores hasta el paradero ubicado en el km 30, donde negocian la vinculación con faenas agrícolas. Esta población tiene un flujo histórico en el área, insertándose a sistemas festivos en las localidades de origen sea en Perú o Bolivia, así como en sistemas festivos acuñados en los valles. Ejemplo de esto es el

En uno de los casos, haciendo un itinerario desde el Terminal Internacional de Buses de Arica al Agro y, desde ahí, hacia los valles de Azapa y Lluta. Esto involucra a hombre y mujeres. En otro de los casos, desde el Terminal internacional se disponen en la esquina con la bencinera al costado, y siendo generalmente hombres, y son recepcionados por vehículos quienes les ofrecen trabajo específico en faenas agrarias y/o de construcción.

En las situaciones descritas, se conectan circuitos relativamente institucionalizados con suscripción indígena. Involucra esto, la activación de capitales sociales fundados en afinidad por parentesco y amistad. En este plano, los espacios del Terminal Internacional y del ASOAGRO[40] juegan un rol relevante para la inserción laboral de los actores. Especialmente, en el ASOAGRO, se da un avisaje comunitario que utiliza la radio "parlante" La Voz del AGRO para informar se está disponibles para labores, o se quiere vender algún bien. Asimismo, hacen ésto quienes requieren trabajadores/as para labores agrícolas y/o domésticas. Últimamente se suman a esta dinámica otras alteridades novedosas en el contexto asociadas a países caribeños.

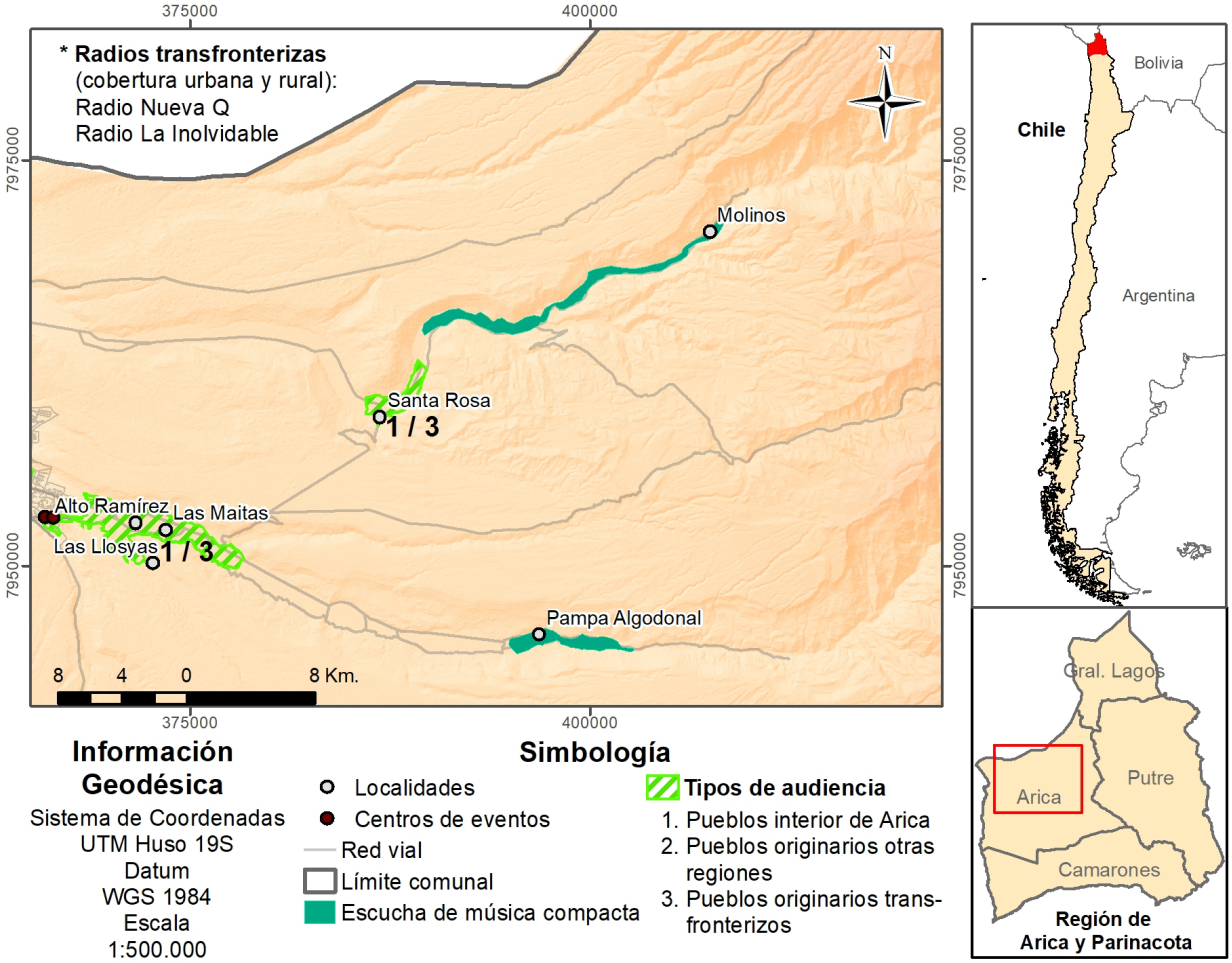


Figura 7.18. Mapa de sectores de audiencia de programas indígenas (valles de Azapa y Lluta)
Fuente: Registro etnográfico

caso de las comunidades Villarroel, y su manifestación en el carnaval del pueblo de San Miguel de Azapa, a la vez que participan en los cargos comunitarios y religiosos de transfrontera, según la lógica pareja/pasante/arreglo festivo y responsabilidad de disponer cervezas, bailes de morenadas, y músicos. Esta dinámica se asocia a los ciclos productivos y estaciones del año, donde son representadas las lluvias/heladas/sol.

[40] Como se ha anotado, en este espacio también se da la venta de pendrives con música andina, la que juega un rol relevante en la elaboración de un consumo medial determinado de carácter étnico.

Rural y altitudinal (pueblos del interior)

Históricamente, los medios de comunicación radial en los pueblos del interior han sido de central necesidad, asociados a la información para la mitigación de brechas de desarrollo territorial, y la comunicación con la ciudad de Arica. Ahí, ha importado las relaciones comunitarias, familiares y emotivas constituidas desde el territorio local. [41]

En la actualidad, hace dos décadas aproximadamente, conforme planes municipales y apalancamiento de recursos estatales, existen unidades de radio emisoras FM, orientadas, editorialmente, la función informativa y recreacional. Estas radios están articuladas con la gestión municipal del territorio.

El caso rural, tiene como substrato la depresión económica y poblacional de los territorios. Esto trae como consecuencia, que exista escasa población con residencia permanente, la que se encuentra en condición de envejecimiento y/o marginación formal de la educación o lo laboral. Del mismo modo, estos agentes están en relacionamiento con familiares y falanges comunitarias locales que radican en Arica, u otros sectores nacionales e internacionales, urdiendo una compleja movilidad territorial urbano/rural, nacional/internacional. Dado lo descrito, cada uno de estos escenarios, urbanos y rurales, genera sus propios circuitos folk que se complementan en una agenda más global de la comprensión de la actualidad, y de ensamblaje de los elementos de complejidad que imputa el contexto globalizado y la vinculación intergeneracional de los miembros.

De esta forma, la audiencia rural está definida por el perímetro de cobertura de la radio. Complementariamente, se vincula a la escucha de radios de la (trans)frontera con Bolivia y Perú. Aquello tiene como centro la información sobre el quehacer local, regional, nacional, e internacional. En este sentido, los lugares de escucha están definidos por faenas laborales, y/o espacios de inicio del día (5 o 6 de la mañana) o término de jornada (6 a 8 de la tarde) (Figura 7.18).[42] Acá cuenta con mayor penetración las radioemisoras (trans)fronterizas de Perú y Bolivia, así como la televisión nacional de Chile.

---

[41] Al respecto, como antecedente, se menciona en la prensa de mediados del S. XX en Arica que, (…) *Servicio de radio del ejército funcionó a la perfección. En muy buena forma funcionó el servicio de radio instalado por el Ejército en los principales pueblos del interior del Departamento, con el objeto de transmitir los resultados del acto eleccionario de ayer. Gracias a ello los resultados llegaron anoche mismo en forma oportunísima, antes de que se cerraran los cómputos del Departamento. Los equipos se instalaron en Putre, Belén y Chapiquiña. En otras oportunidades solo se contaba con dichos resultados al día siguiente, debido a que las tempestades de lluvias o nieves surgían como invencibles obstáculos para comunicar con mayor oportunidad los resultados* (…) (Diario La Defensa, 03.08.1965). Más adelante, el mismo medio sostiene, en referencia a Ticnamar, que, (…) *Hasta el momento, Ticnamar no ha podido tener energía eléctrica lo que le ha mantenido retrasado, y por otra parte tampoco ha sido posible que cuente con aparatos de radio, que en los lugares lejanos son muy útiles, aún cuando se trate de receptores solamente* (…) (Diario La Defensa, 14.09.1965). En este orden, la sociedad civil de la época radicada en Arica, fue apoyando la instalación de elementos que permitiera la comunicación con la ciudad, desde los "lejanos" pueblos, como hace ver la siguiente nota en el diario la Defensa, (…) *Sólo hoy pudieron viajar a Putre los miembros del Radio Club de Arica, a fin de instalar un equipo de radiocomunicaciones que permita a sus habitantes mantener a diario un servicio de informaciones con el puerto. (…) Originalmente se había programado efectuar la instalación el sábado 24 del mes en curso, pero las intensas nevazones dejaron intransitables los caminos cordilleranos.* (…) *Hoy y en una camioneta se trasladaron a Putre el presidente del Radio Club, señor Manuel San Martín, el director señor Julio Becerra y los socios señorita Paulina Valenzuela y Eliseo Vásquez. (…) De acuerdo a lo informado, ellos mismos instalarán las antenas y dejarán el equipo funcionando, a cargo del Teniente de Carabineros, señor Enrique Corvalán. Este mantendrá comunicaciones diarias de 14 a 14.30 con la estación CEICS del radio aficionado, señor Carlos Silva. (…) El equipo fue construido por los socios señores Vásquez y Becerra con ayuda del Club utilizará energía eléctrica del equipo instalado por la Junta en ese pueblo. Esperaban sus socios que la primera comunicación mediante conexión telefónica la harían hoy para darle cuenta del acontecimiento al Gobernador Departamental, señor Carlos Vildósola Coke* (…) (Diario La Defensa, 25.09.77)

[42] Este consumo medial está condicionado, en algunos sectores, por el limitado acceso a la electricidad, de dos horas en promedio. Dado tales casos, y las actividades extensivas de pastoreo y agricultura, la radio portátil ha sido relevante, y la escucha de radios (trans)fronterizas. En este sentido, la radio es útil para fijar elementos de alterización de contexto referido a la elaboración de imaginarios locales "nacionales", clasificaciones sociales y lectura de la actualidad en la frontera "abierta". Desde funciones informativas -sobre Bolivia o Perú- y la imputación de música andina como el Huayno, Cumbia Chicha, etc. son elementos dispuestos a la auto-representación y auto-comprensión local de lo indígena, local y la frontera.

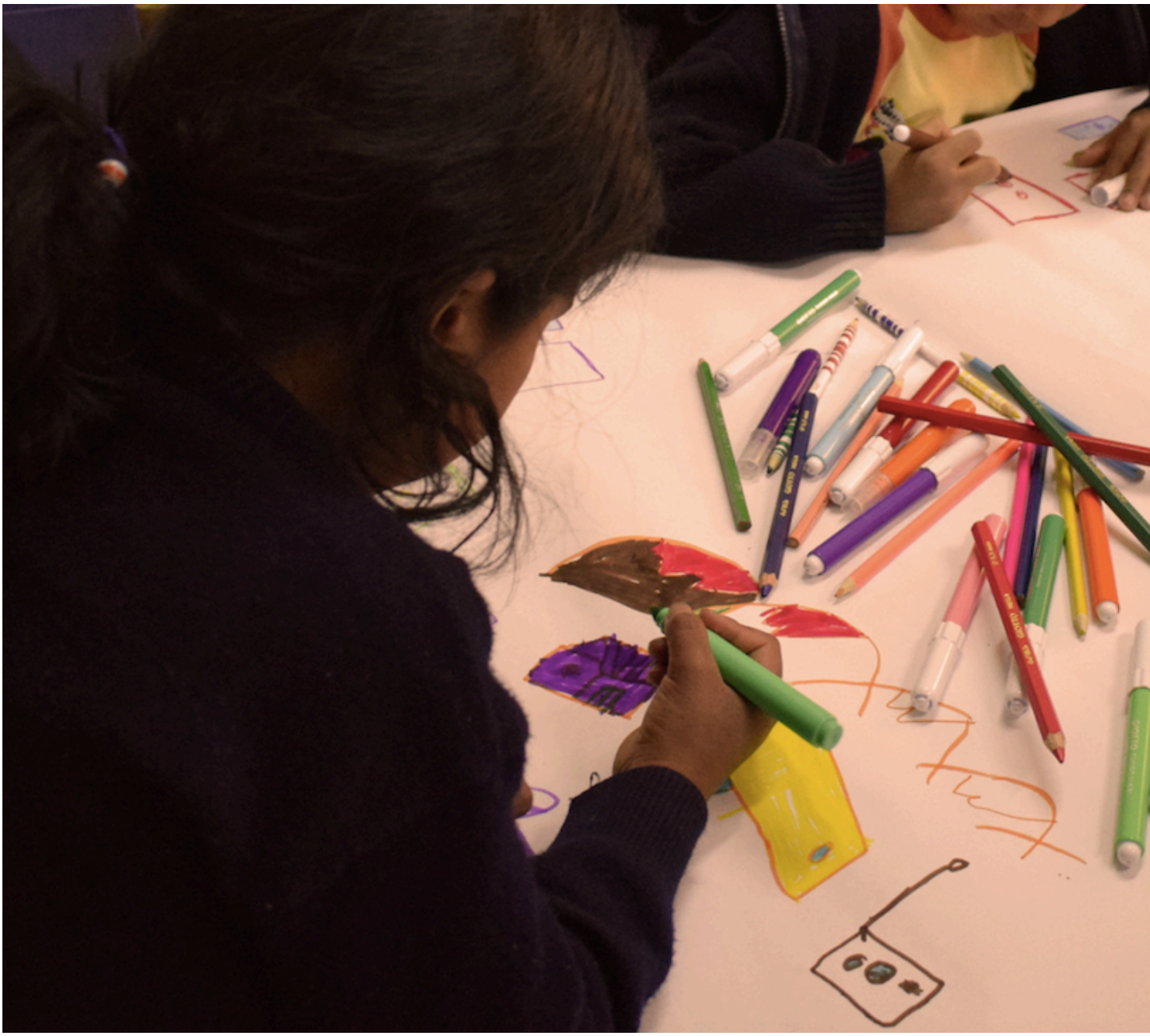


Figura 7.19. Taller Ticnamar PLU160025, representación del rol de las radios portátiles en faenas rurales agropecuarias de precordillera
Fuente: Registro etnográfico

El perímetro local juega un rol relevante. Aquí, se advierte un consumo medial recreativo, así como informativo que invoca radios locales y (trans)fronterizas. Sosteniéndose la oferta radial local en la demanda de información que tenga que ver con la esfera nacional y comunitaria en el territorio chileno, también hay una atención a la oferta de música e información de radios de Perú y Bolivia, recepcionadas por aparatos análogos y, últimamente, vía teléfonos móviles. Ambas ofertas son complementarias ante una audiencia eminentemente indígena aymara y, de manera marginal, quechua. Estos actores responden a ocupaciones locales, y a la movilidad y/o migración histórica con territorios limítrofes de Chile con el sur peruano y el oeste boliviano.

En el caso de la comuna de Putre, la radio local administrada por la Municipalidad data de 1982. Con distintos bemoles, ha edificado una oferta informativa que emite programas vinculados a la estructura de oportunidades públicas de la Municipalidad, Servicios Públicos y Privados. Asimismo, cada hora anuncia la hora en aymara. Con sede en el Pueblo de Putre, su cobertura es limitada en FM, incorporando pueblos como Putre, Socoroma, Zapahuira, Murmuntani, Chapiquiña, Belén, Lupica, Ticnamar, y Saxamar, entre otros. Los sectores más altiplánicos no cuentan con acceso análogo a la señal. No obstante, la radio opera también con una señal online a través de su Web municipal (Figura 7.19).[43]

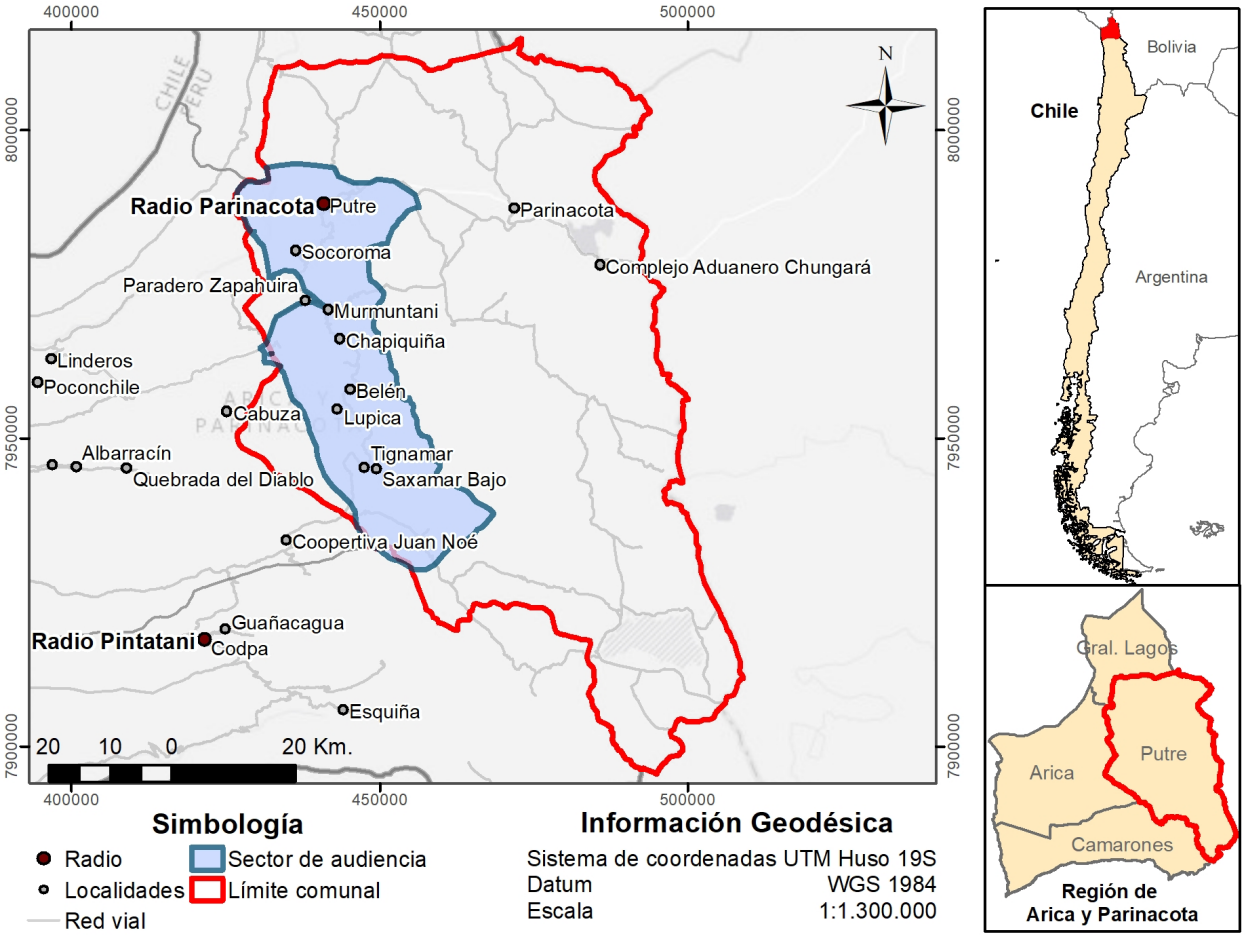


Figura 7.20. Mapa de sectores de audiencia de programas indígenas (Putre)
Fuente: Registro etnográfico

En el caso de la radio de Visviri, con un origen concesionario en el año 1998 -que cuenta informalmente con una trayectoria aprox. de tres décadas-, incorpora una agenda mediática que buscan establecer oferta hacia segmentos en aymara, a fin de llegar a personas de mayor edad, y suscritas a tal pueblo originario. Su contenido medial es de naturaleza informativa y recreativa, teniendo en algunos casos cápsulas que provienen de Santiago (caso de Visviri), o de la ciudad de Arica (caso de la radio Parinacota) (Figura 7.20).

[43] Web municipal donde se transmite online la radio comunal: http://imputre.cl/

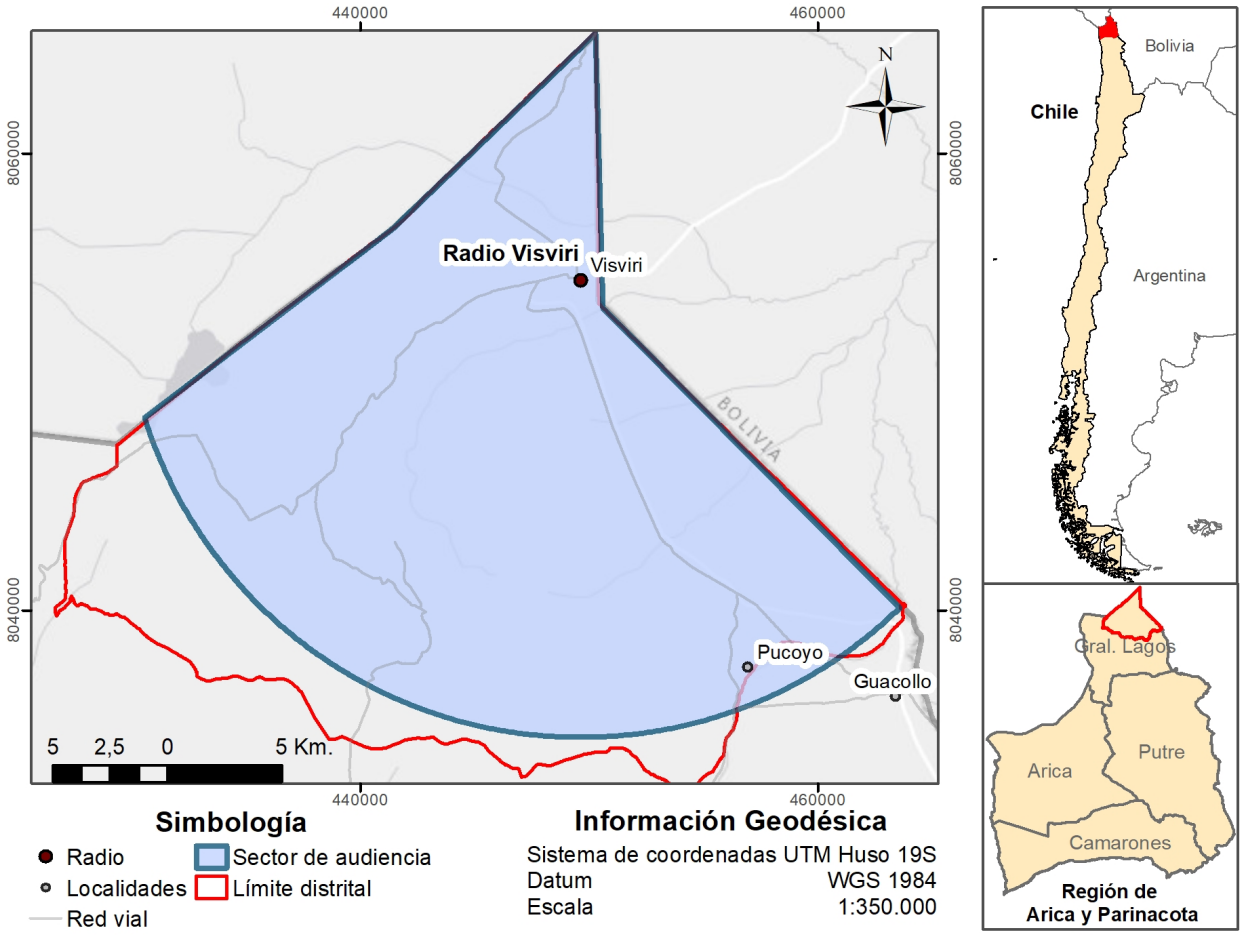


Figura 7.21. Mapa de sectores de audiencia de programas indígenas (General Lagos)
Fuente: Registro etnográfico

El caso de la radio Pintatani, en el valle de Codpa, comuna de Camarones, es la más novedosa en el régimen FM (Figura 7.21). Desde el 2016, se formuló un proyecto radial que cubre amplios espectros del valle de Codpa, transmitiendo contenido que busca ser pertinente, en torno a asuntos comunitarios, recreativos y de las oportunidades concursables de la estructura de oportunidades públicas y privadas. En este sentido, se ha formulado una programación que incorpora espacios musicales variados con programas con contenido local realizados por comuneros y misioneros de la zona o radicados ahí. Este es un fenómeno novedoso a nivel territorial, que requiere monitorear en el tiempo la adhesión que tiene con las lógicas socioculturales locales. Al respecto, uno de los locutores escribe en su perfil Facebook lo siguiente,

> (…) En Marzo [2018], comienza la tercera temporada del Programa " La Hora de la Paloma, La Voz del Valle de Codpa , Radio Pintatani 107 . 1 f. m, nuevos espacios, nuevas ideas, interaccion [sic] con las comunidades (…) (P33, 45 años, masculino, aymara)

Continúa, en una interacción que, desde el territorio local, busca incluir a una comunidad virtual interesada con la producción de un discurso medial desde Codpa, y su entorno,

> (…) Gran concurso como se le ocurrio [sic] al hermano C. el nombre del Progrma [sic] Radial " La Hora de La Paloma, la voz del Valle de Codpa "
> a) POR LAS PALOMAS QUE SE COMEN LAS UVAS
> b) POR TRANSPORTES LA PALOMA
>
> VOTA YA GRANDES PREMIOS POR LAS REDES SOCIALES (…) (P33, 45 años, masculino, aymara)

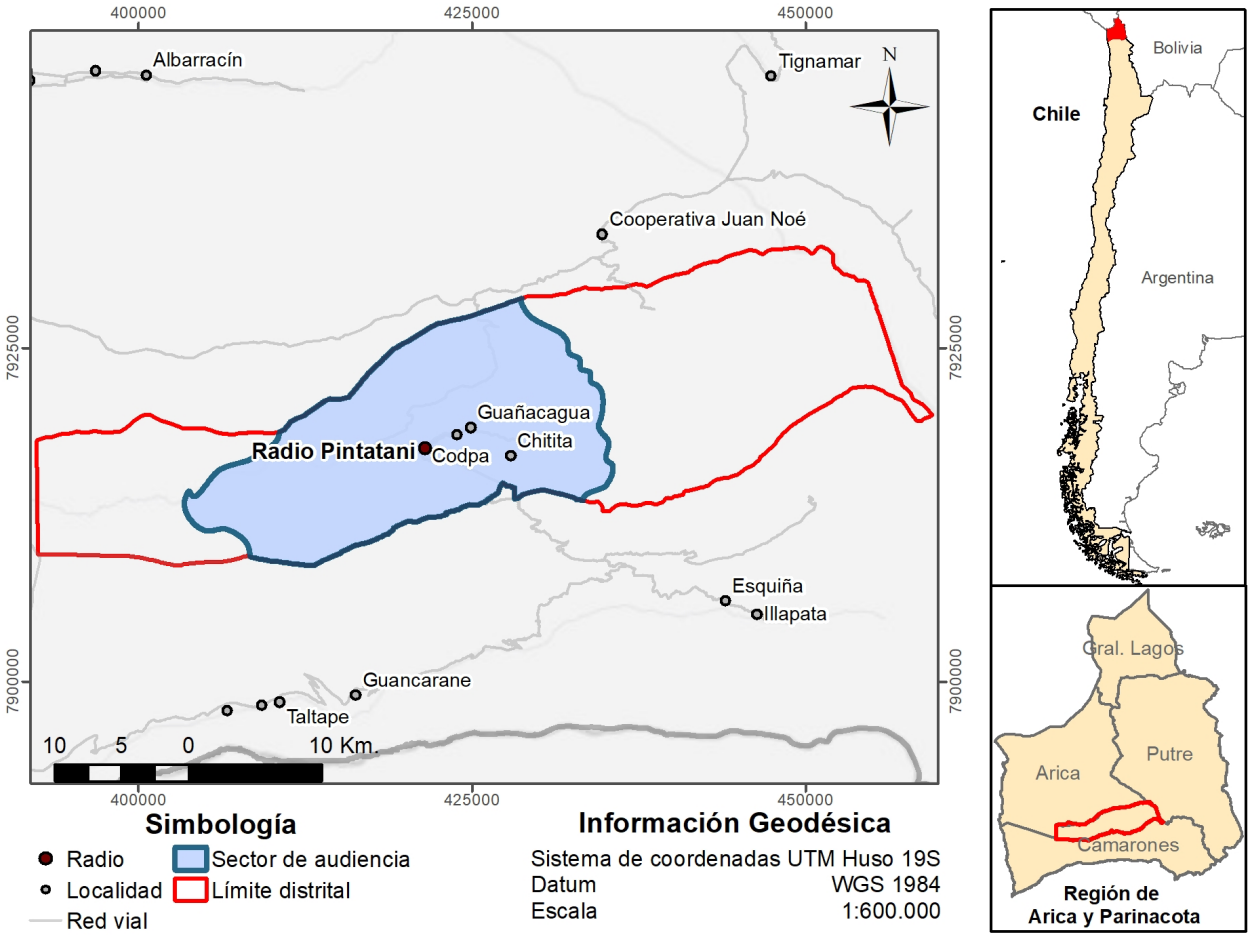


Figura 7.22. Mapa de sectores de audiencia de programas indígenas (Camarones, Codpa)
Fuente: Registro etnográfico

7.9 AUDIENCIA, COMPORTAMIENTOS Y PREFERENCIAS SOBRE RADIOS

De acuerdo a los datos de la encuesta prospectiva realizada por este estudio el año 2017, que buscó medir aspectos del comportamiento y preferencias en la audiencia de radios,[44] se puede advertir, en términos generales, un comportamiento de consumo medial que tiende a privilegiar determinados formatos. En primer lugar, a los medios de internet. Subsiguientemente, tiende al consumo de la radio; luego, privilegia la TV digital o por cable, la TV abierta; y, finalmente, a medios de diarios o prensa escrita.

Particularmente, de acuerdo a la adscripción indígena, se privilegia la utilización de medios de internet (13,5%), la radio (10,1%), la Tv digital o por cable (2,5%), la TV abierta (1,7%) y los medios de prensa escrita (0,8%). En el caso sin pertenencia indígena, se tiende a la utilización de medios de internet (31,9%), la radio (26,1%), la prensa escrita (4,2%), la TV digital o por Cable (3,4%) y la TV abierta (2,5%) (Figura 7.22).

[44] Véase detalles operacionales en el capítulo metodológico.

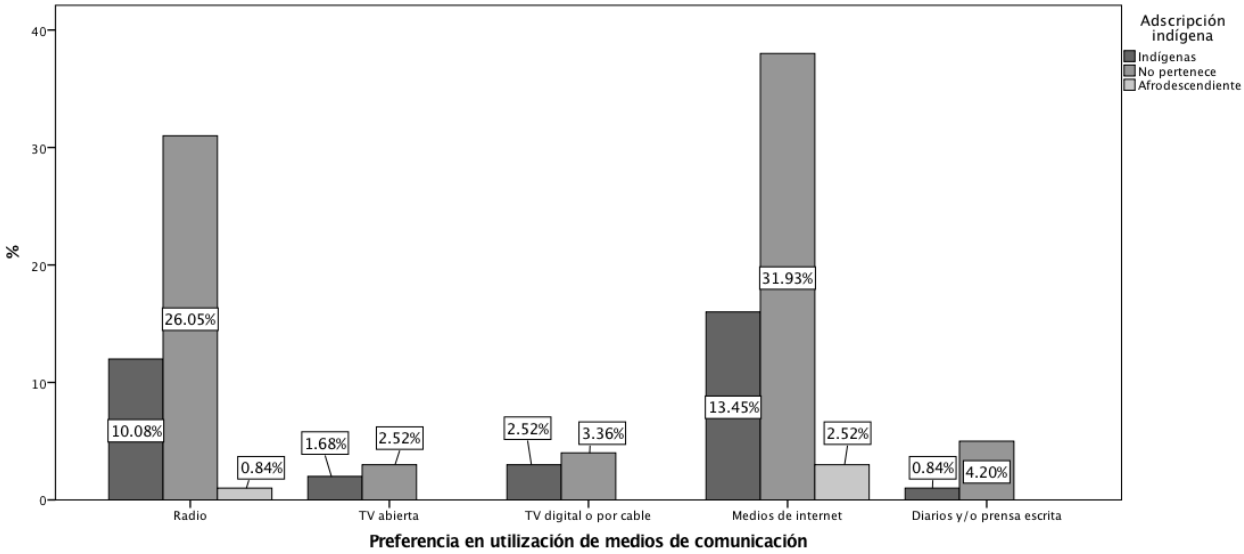


Figura 7.23. Preferencia en utilización de medios de comunicación por adscripción indígena o tribal
Fuente: Encuesta PLU160025

Revisando la preferencia en horario de escucha de radios según adscripción indígena, se advierte que hay una tendencia hacia los horarios de mañana (6 a 11.59 am) (20,2%), seguido por la tarde (12 a 8.59 pm) (5,0%), el transnoche (12 a 5.59 am) (2,5%) y la noche (9 a 11.59 pm) (0,8%). En el caso de la no pertenencia indígena, la distribución tiende a los horarios de la mañana (42,0%), de la tarde (21,0%), en la noche (3,7%) y de transnoche (1,7%). En el caso afrodescendiente, hay una tendencia hacia los horarios de la tarde (1,7%), la mañana (0,8%) y en el transnoche (0,8%) (Figura 7.23).

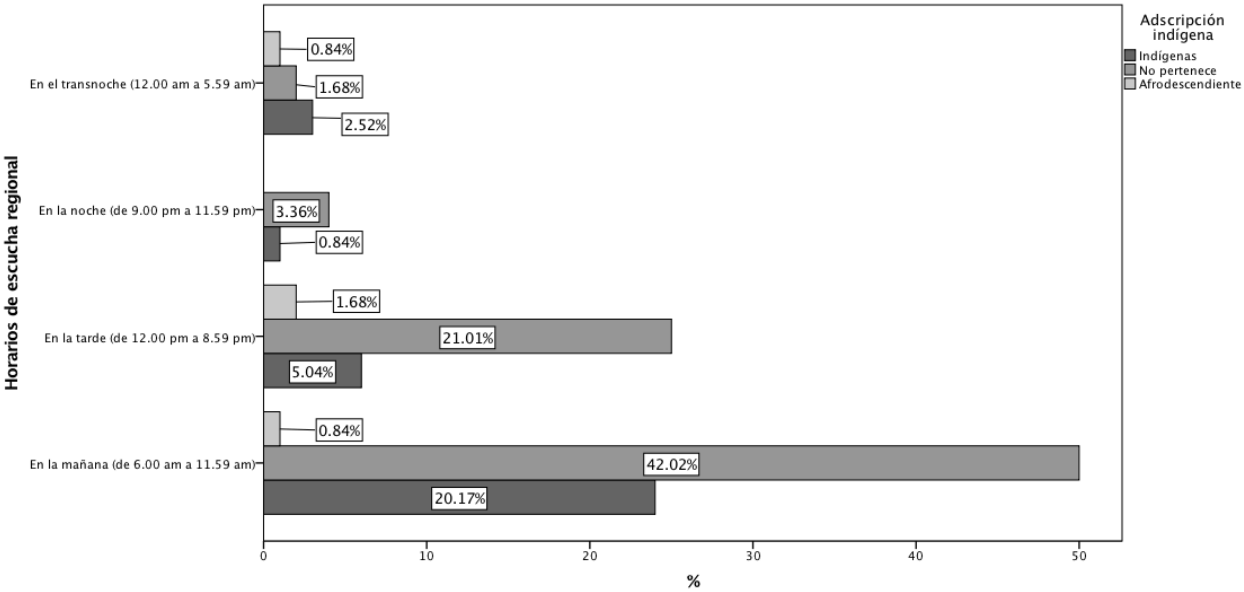


Figura 7.24. Horarios de escucha de radio según adscripción indígena o tribal
Fuente: Encuesta PLU160025

Asimismo, analizando la comuna habitual de escucha de radios, para el caso indígena se tiene una tendencia a la escucha en la comuna de Arica (27,7%), y rural en Putre (0,8%). Por otro lado, en Arica se concentra el 68.1% de casos sin pertenencia indígena, respecto del 3.4% que se adscribe como afrodescendiente (Figura 7.24).

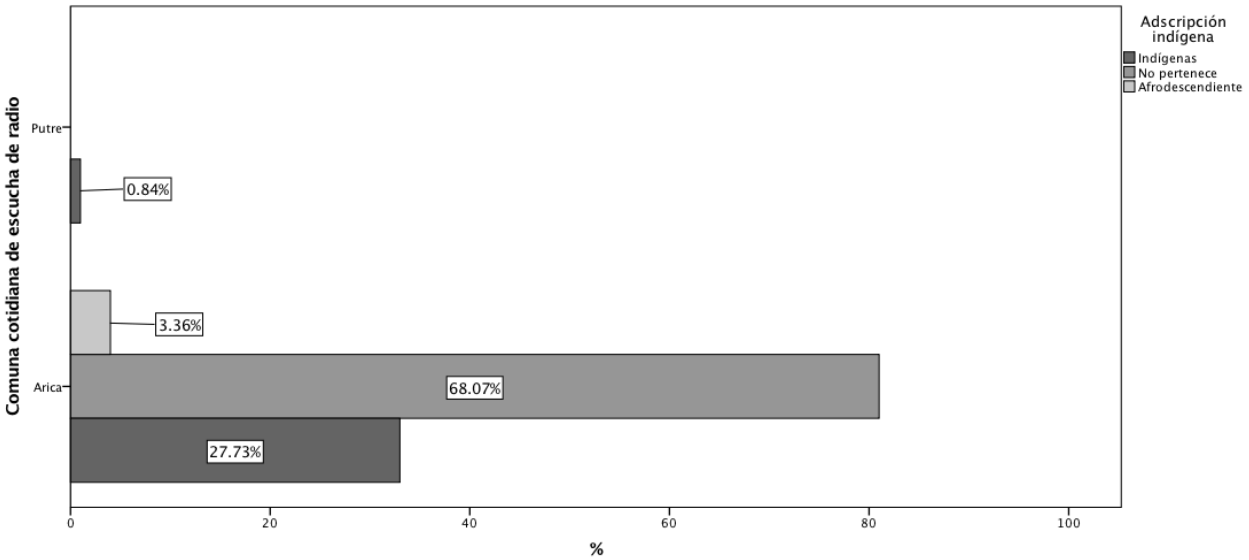


Figura 7.25. Comuna de escucha cotidiana según adscripción indígena o tribal
Fuente: Encuesta PLU160025

Considerando el lugar habitual de escucha de radio, se establece según suscripción indígena una tendencia común hacia la escucha en la casa o vivienda (9,2%), en el vehículo propio (9,2%), y en el lugar de trabajo (9,2%). Comparativamente, los casos sin suscripción indígena tienen una tendencia hacia la escucha en vehículos propios (26%), en la vivienda (19,3%) y en el lugar de trabajo (17,7%). El caso afrodescendiente, se reconoce en lugares de escucha en transporte público (2,5%) y en el lugar de trabajo (0,8%) (Figura 7.25).

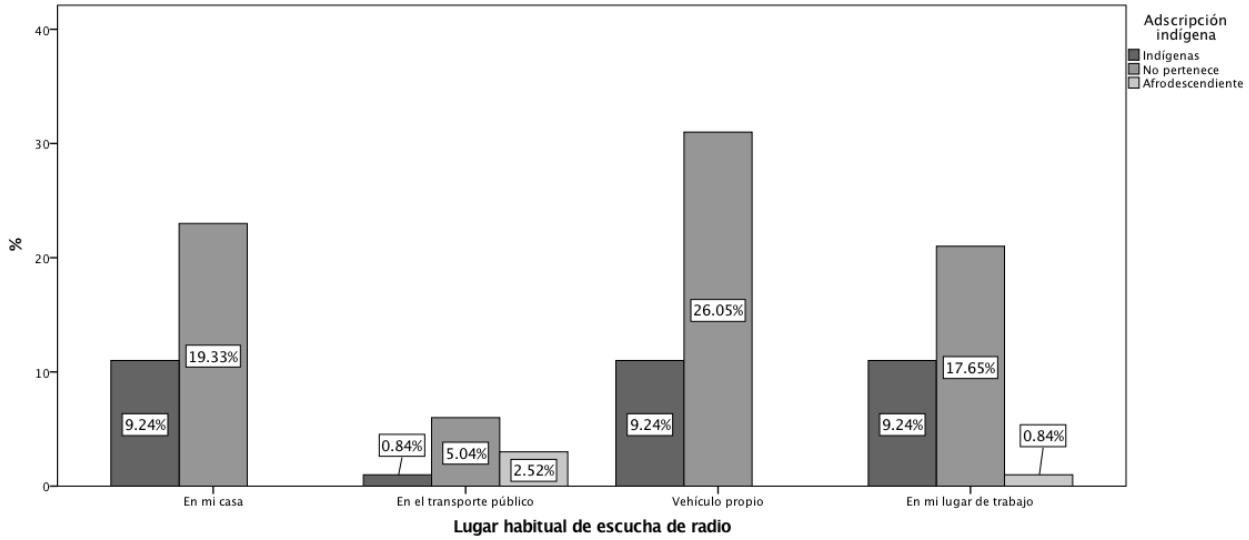


Figura 7.26. Lugar de escucha según adscripción indígena
Fuente: Encuesta PLU160025

En este contexto, los casos con adscripción indígena tienen al uso de la radio convencional (21,8%), a través del computador convencional (5%) y, luego, al uso del celular para el consumo medial (1,7%). Comparativamente, los casos que no reconocieron adscripción indígena tienden al uso de la radio convencional (47,1%), al uso del computador (10,9%), al celular (9,2%) y, en último lugar, a otros formatos de seguimiento de programación radial (0,8%). En el caso afrodescendiente, se observa una tendencia a la escucha de radios (1,7%) y, a través de celular (1,7%), particularmente (Figura 7.26).

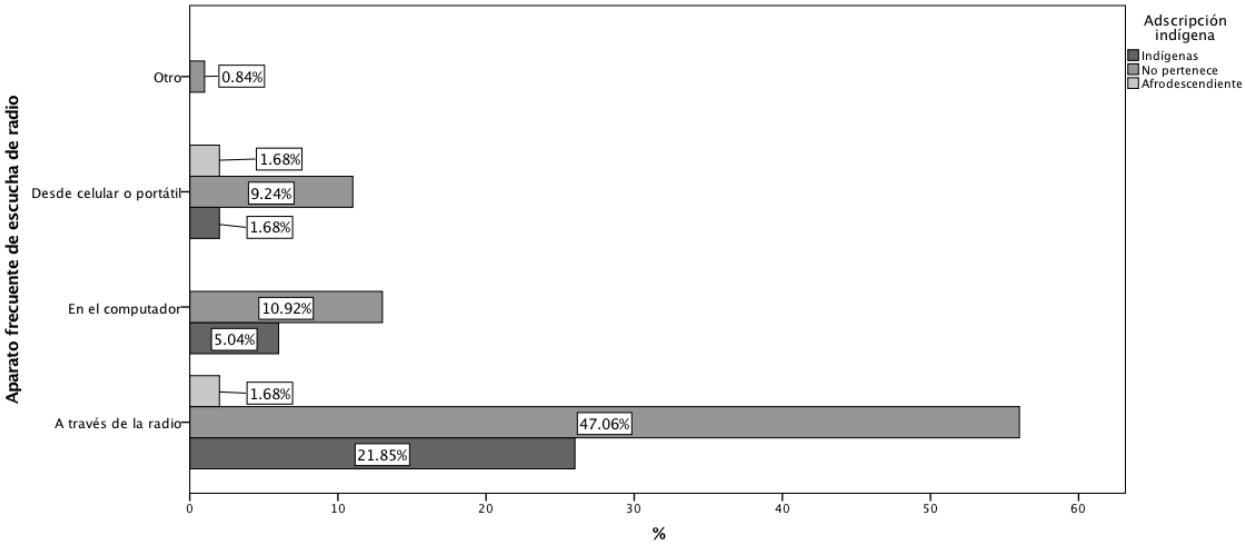


Figura 7.27. Aparato frecuente de escucha de radio según adscripción indígena
Fuente: Encuesta PLU160025

Si se observa la utilización de soportes online complementarios para la escucha de radios, en el caso indígena se establece una tendencia hacia la utilización de las páginas WEB de las radios, luego a que se utiliza otras páginas de radios en la WEB, otros desde Facebook, y otros desde aplicaciones móviles, respecto de un 9.24% que no utiliza estos soportes. Para el caso que no suscribe a pertenencia indígena, hay una tendencia a la utilización de páginas WEB de la radio, luego uso de recursos como Facebook para el seguimiento de las mismas, posteriormente de aplicaciones móviles, respecto de un 18.5% que no utiliza estos recursos. Asimismo, el caso afrodescendiente se concentra en el uso de Facebook y de aplicaciones móviles (Figura 7.27).

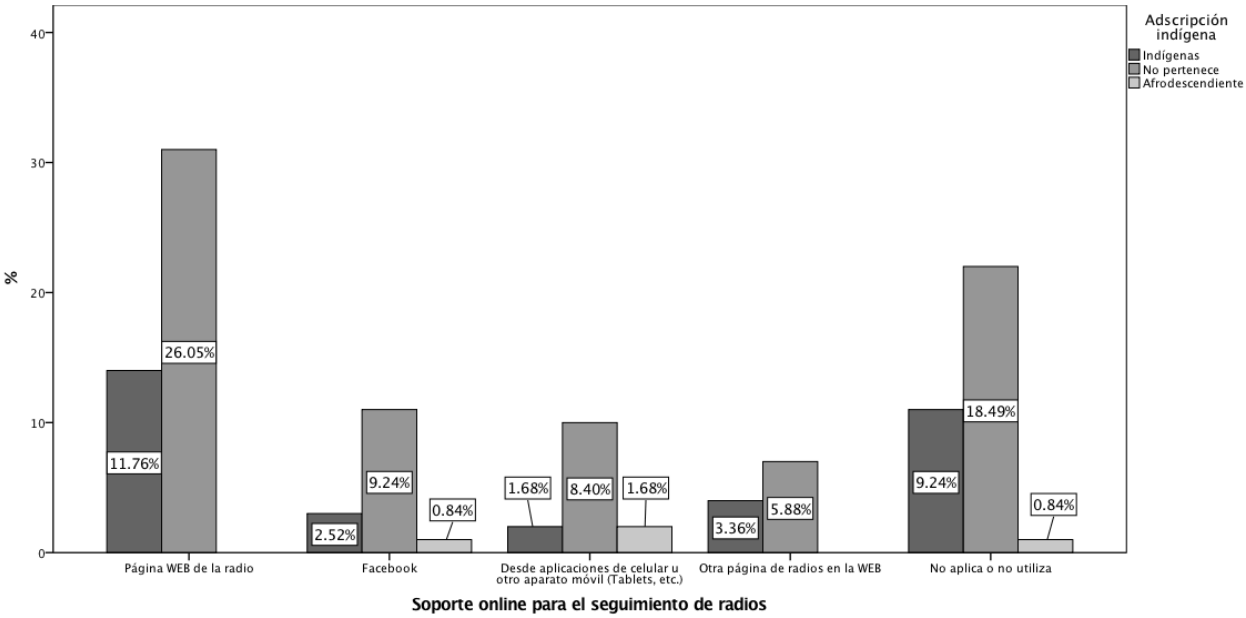


Figura 7.28. Soporte online para el seguimiento de radios según adscripción indígena
Fuente: Encuesta PLU160025

Preferencias

Considerando las preferencias de radios y la suscripción indígena, es posible advertir una tendencia al consumo medial que se ordena de la siguiente forma: radios nacionales (6.7%), la Radio Cappissima

Multimedia[45]l (4,2%), Radio Puerta norte[46] (4,2%), Radio andina (3,4%), Radio Primavera (2,5%), Frecuencia Tropical (1,7%), Radio Neura (1,7%) y Radio Pukara (1,7%), especialmente (Figura). En este sentido, es posible observar que la Radio Cappissima Multimedial concentra la audiencia no indígena (16,8%), y otras radios a nivel nacional (19,3%). En el caso afrodescendiente, se observa preferencias hacia Radio Cappissima Multimedial (1,7%), Radio Andina (0,8%) y otras nacional (0,84%) (Figura 7.28).

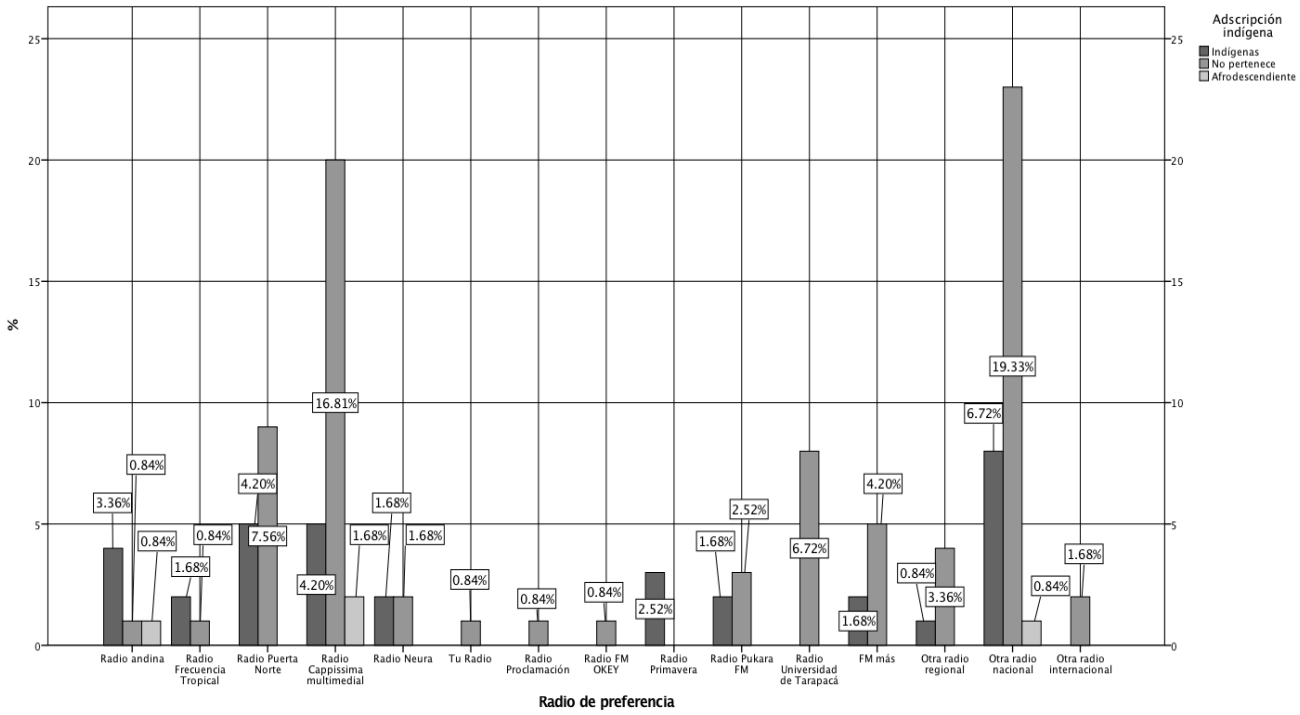


Figura 7.29. Radios de preferencia según adscripción indígena, en régimen concesionado FM
Fuente: Encuesta PLU160025

Atendiendo a la distribución de preferencias de radios de pueblos originarios con territorialidad histórica (aymara y quechua), se advierte que, para el caso aymara, hay una tendencia a la escucha de otras radios nacionales (28,6%), seguida por la radio Puerta Norte (17.9%), la Radio Andina (14,3%) y Radio Cappissima Multimedial (14,3%); luego, la Radio Primavera (7,14%) y Pukara (7,14%). Posteriormente, Radio Frecuencia Tropical (3,57%), Radio Neura (3,57%), y otra regional (3,57%). En este sentido, sin significancia estadística, se observa que los casos que suscribieron la definición de quechua prefieren las radios Primavera y FM Más (Figura 7.29).

[45] Esta emisora ha elaborado un convenio con radios rurales, especialmente con radio Parinacota que emite señal en Putre. Este convenio tiene que ver con la emisión de cápsulas informativas –radiofónica y audiovisual–r a través de la radio y TV Parinacota, siendo posible ser transmitida a la audiencia rural. De acuerdo con esto, se puede asociar el consumo rural de esta emisora con sintonía urbana con la audiencia rural.

[46] Esta radio se localiza en un sector histórico de la inmigración interna de los pueblos del interior de Arica, y se la relocalización de población asociada a la conclusión de la actividad salitrera a mediados del S. XX, y auge del puerto libre de Arica (1953-1958). Estos sectores son la población Chile y el sector Lauca, así como radios locales populares. Mediante la figura carismática de su director y locutor, esta radio además se asocia a un proceso de caudillismo por parte de este último, sirviendo para la figuración pública que renga y su red de relaciones. Sobre esta base, la dirección de esta radio realiza jornadas comunitarias en los barrios, llevando servicios asociados a las necesidades locales. En este mismo sentido, cuando bajan del interior las poblaciones vinculadas a los pueblos del interior, probablemente oyen esta emisora para mantenerse informados del acontecer inmediato.

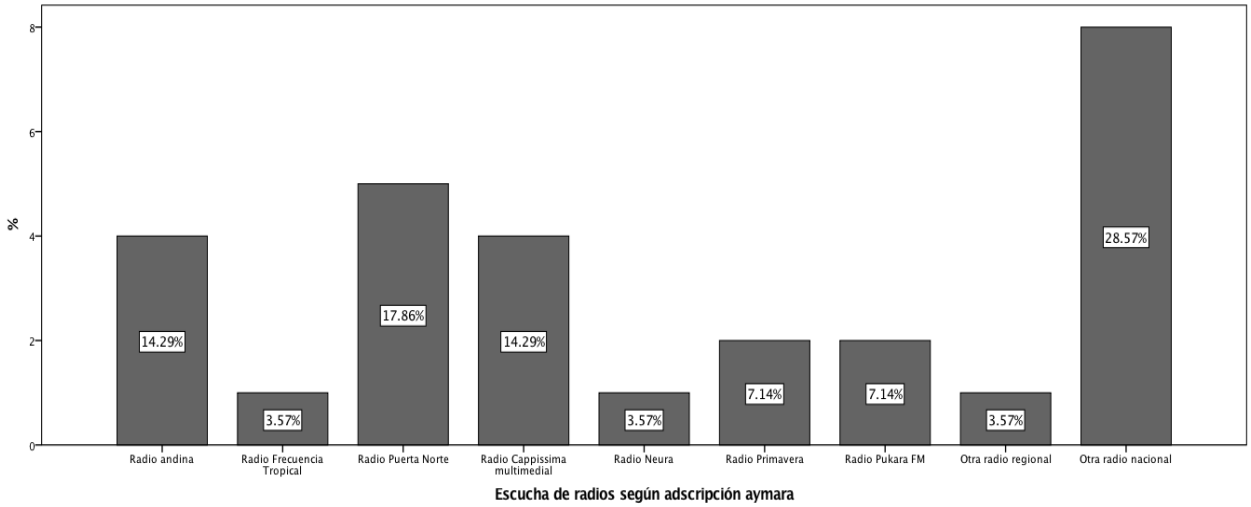


Figura 7.30. Preferencia de radios según adscripción indígena
Fuente: Encuesta PLU160025

Según esto, conforme la preferencia de oferta programática de radios, en los casos con suscripción indígena se tiene una tendencia a optar por las radios con contenido informativo (14,3%), seguido por las radios que proveen contenidos informativos y recreativos (10,1%) y, finalmente, que solamente le recrea (4,2%). De acuerdo a los casos sin adscripción indígena, se tiende a radios mixtas de contenido recreativo e informativo (46,2%), seguido por radios con contenido informativo (15,13%) y otras que se centran en lo recreacional (6,7%). Para el caso de la suscripción afrodescendiente, se advierte una tendencia al consumo medial con contenido mixto (informativo y recreativo) (2,5%), e informativo (0,84%) (Figura 7.30).

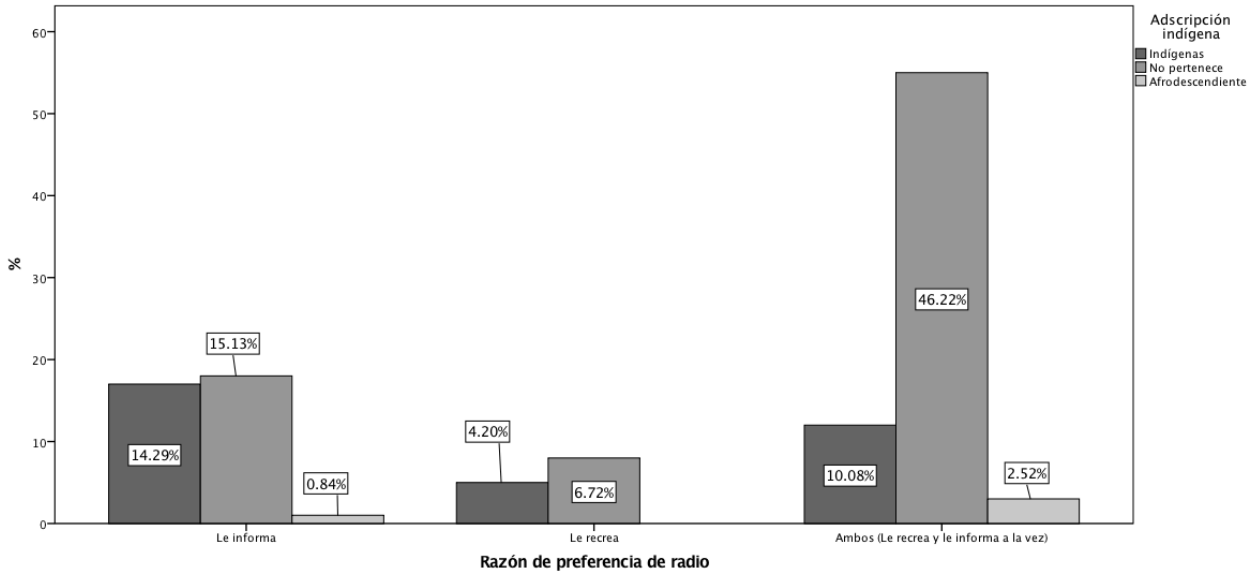


Figura 7.31. Razón de preferencia de radio según adscripción indígena
Fuente: Encuesta PLU160025

Por otro lado, se puede estimar que la edad, la pertenencia indígena y la percepción del abordaje de asuntos de pueblos originarios están asociados (Chi-cuadrado Pearson =0.729). Atendiendo a la percepción del tratamiento de asuntos de pueblos originarios en las radios, se nota una tendencia en el componente indígena en considerar que los temas están poco abordados (14,3%), seguido por una consideración a que estos temas son nada abordados (6,72%), respecto de otro segmento que considera que los temas de pueblos originarios están satisfactoriamente tratados (5,9%) y otro segmento marginal que considera que estos temas están muy

satisfactoriamente abordados (1,7%). De acuerdo a los casos que no pertenecen a la suscripción indígena, hay una tendencia clara a percibir que estos temas no están debidamente abordados (32,8%), seguido por otro segmento que considera que tales temas están satisfactoriamente abordados (16,8%), respecto de otro que sostiene que estos temas están nada abordados (14,3%) y un segmento marginal que concibe que están muy satisfactoriamente tratados estos temas (4,2%). Si se considera la suscripción afrodescendiente, la percepción es que los temas de pueblos originarios están poco abordados (1,7%), y satisfactoriamente abordados (1,7%) (Figura 7.31).

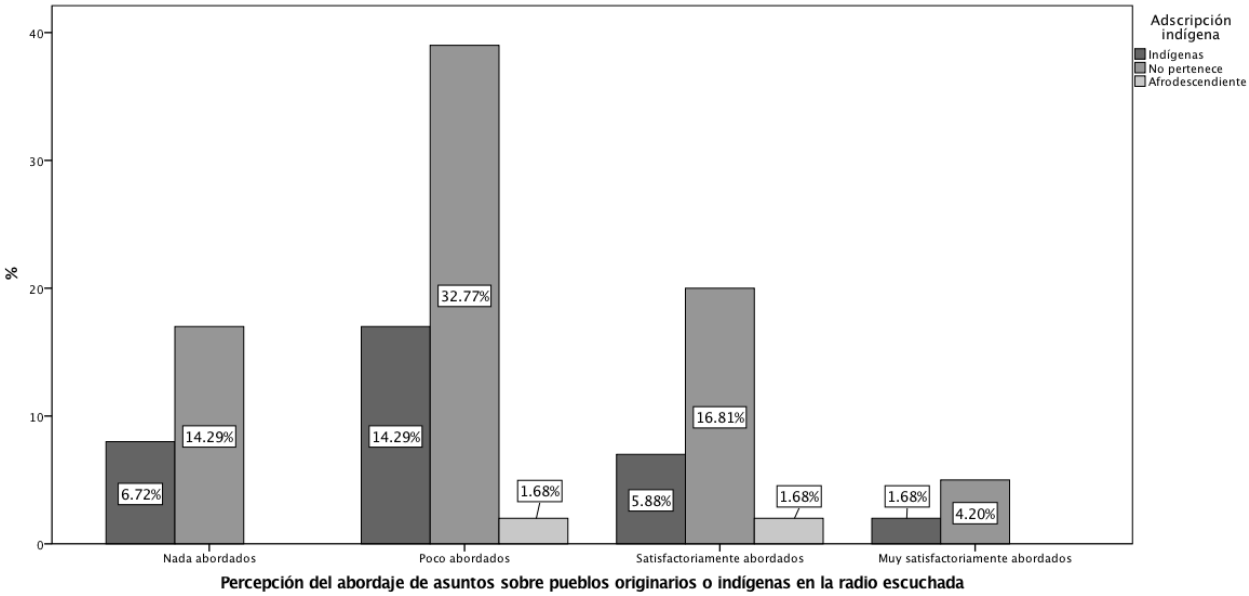


Figura 7.32. Percepción del abordaje de asuntos de pueblos originarios en radio según adscripción indígena
Fuente: Encuesta PLU160025

Finalmente, atendiendo a la percepción de si son suficientes los espacios de promoción de temas de pueblos originarios en radios, se tiene que, para los casos de suscripción indígena, se percibe que hay pocos espacios de promoción a temas de pueblos originarios (14,3%) y que no hay suficientes espacios (10,9%). Para los casos sin suscripción indígena, hay una percepción complementaria de que hay pocos espacios (38,7%) y de que no hay suficientes espacios (16,8%), respecto de otro segmento que considera de que hay suficientes espacios (11,8%) y un segmento marginal que advierte de que hay más que suficientes espacios (0,84%). Para los casos que se reconocieron con adscripción afrodescendiente, se concibe de que no hay espacios de promoción a los pueblos originarios (1,7%), que hay pocos espacios (0,84%) y que hay suficientes espacios (0,84%) (Figura 7.32).

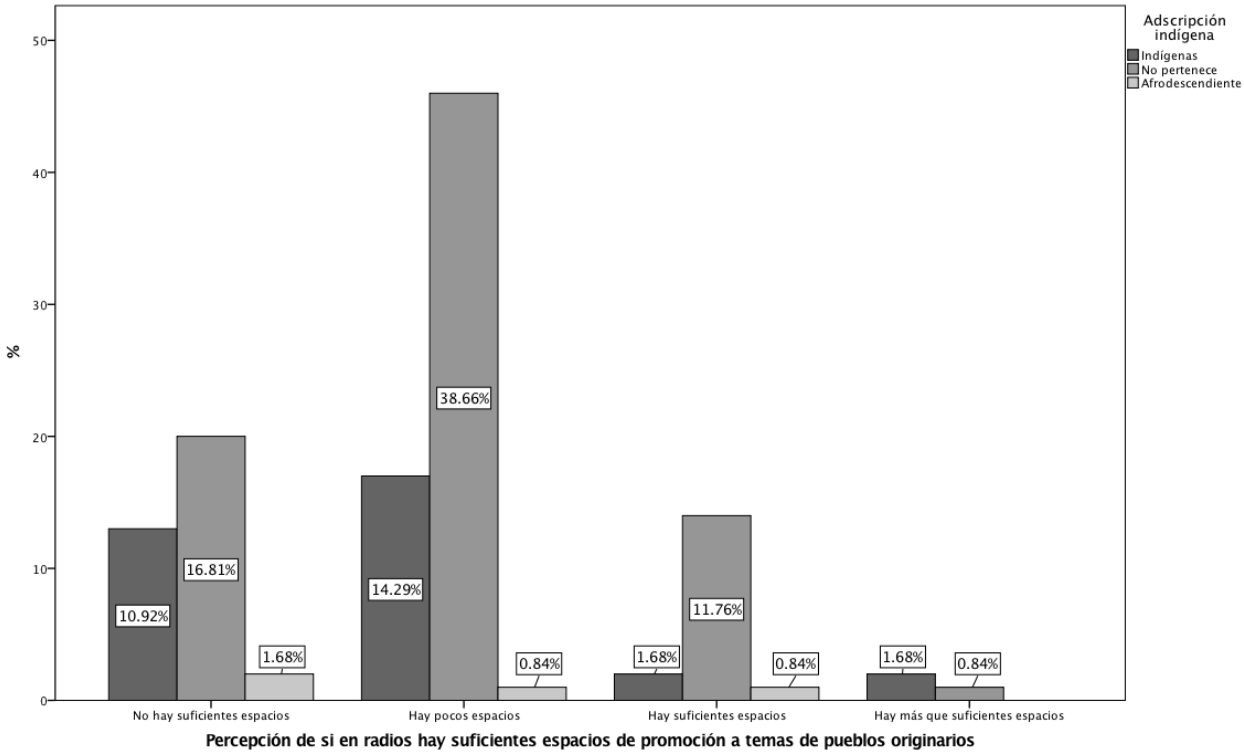


Figura 7.33. Percepción de suficiencia de espacios (programas) de promoción indígena en radios según adscripción indígena
Fuente: Encuesta PLU160025

7.10 SÍNTESIS

En este capítulo, se abordó los elementos asociados a la formulación de la oferta informativa interna sobre asuntos indígenas, atendiendo a su entorno de realización. Dado aquello, se connotan los siguientes hallazgos:

1. Lejos de la imagen de comunitarismo de sociedades tradicionales culturalmente homogéneas, caracterizada por un fuerte sentido de solidaridad, que tiende a primar en el tratamiento del ámbito indígena en la época del multiculturalismo neoliberal, se ha podido observar un *latente proceso de diferenciación interna en los colectivos referentes*. Estos desde sus particularidades, elaboran comunidades comunicacionales. Es decir, redes de relaciones comprendidas por su coherencia interna, que elaboran una acción mediática y pública, desde su perspectiva sociocultural, territorial compartida y fundada en la negociación (trans)fronteriza.

2. Estos grupos de personas *operan como pueblos territoriales y/o grupos étnicos*, comprendiendo a individuos adosados en el reconocimiento de una herencia cultural y/o socio-territorial común que constituye una propia racionalidad en la definición de la experiencia de alteridad mediatizada. Esto es central, incorporándose elementos ponderadores de contexto, como lo son la inscripción socioeconómica, laboral, el género y el nivel educacional. En conjunto, el fenómeno se advierte en progresiva estratificación social, incorporando en su repertorio dinámicas de cambio y continuidad que ponderan un campo en abierta visibilización desigual de la diversidad sociocultural.

3. Sobre una base dialéctica, ahí *se establecen las ofertas informativas, en correspondencia con las alteridades indígenas* del campo social de la Región de Arica y Parinacota. Por un lado, esta oferta, tiene como propósito erigir mecanismos alternativos de comunicación social, desde donde se procesa y codifica, socioculturalmente, la información del entorno, por parte de líderes de opinión, entendidos como individuos que capitalizan y recepcionan información de los medios oficinales y/o

redes selectivas para re-transmitirla a personas con menor acceso a aquel campo, incluyendo en tal acto una propia interpretación de la información recibida, y la actualización de la pertenencia a comunidades comunicacionales. Su fundamento es la horizontalidad en el mensaje y la referencia hacia colectividades. Por ello, aquello activa, actualiza y (re)elabora relaciones comunitarias e interpersonales, donde la pertenencia a redes de parentesco y de afinidad indígenas son relevantes para acceder a un universo de significados que operan segmentados a nivel medial y que, externamente, se advierte como una unidad indivisa.

4. De acuerdo a los datos de la encuesta prospectiva diseñada y ejecutada, que estimó aprehender aspectos de las dimensiones de comportamientos y preferencias de la audiencia indígena de radios, se puede estimar una tendencia a la adopción de medios como internet, luego hacia radios, tv digital o por cable, la TV abierta y, finalmente, los medios de prensa escrita o diarios. Esto plantea una *transición de modelos verticales de comunicación hacia otros de orden más horizontal*. Esto permite una mayor dinámica e incidencia de las comunidades de escucha sobre la formulación de contenidos desde los líderes de opinión que emergen desde sus adscripciones, adoptando plataformas que hacen primar la interacción e inmediatez de la relación entre emisor-medio-mensaje-receptor. Esta ecuación es entendible desde criterios socioculturales e históricos operativos en el fenómeno situado en lógicas fronterizas y de negociación de elementos de constitución de alteridad.

8. PROPUESTA PARA LA PROMOCIÓN DEL PLURALISMO INFORMATIVO EN RADIOS Y PUEBLOS ORIGINARIOS

En el presente capítulo, desde el análisis de la experiencia estudiada y el seminario sobre pluralismo y pueblos originarios realizado (2017), se establece una síntesis de factores asociados a la problemática de inequidad para la generación de opinión pública indígena en medios radiales, respecto de lo que se proponen recomendaciones para el abordaje público de la realidad de pluralismo informativo y pueblos originarios en la región de Arica y Parinacota. Esto, con objeto de caracterizar sus problemáticas locales y líneas posibles de acción, destinadas a la promoción del pluralismo informativo interno, estructural y externo.

8.1 PREÁMBULO

El derecho a la información es un derecho fundamental del ser humano, reconocido por la Declaración de Derechos Humanos (año 1948, art. 19), y la Convención Americana sobre Derechos Humanos o Pacto de San José de Costa Rica (año 1969, art. 13). Ésto exige el criterio de aplicación sin distinción de raza, credo, nacionalidad o condición social.

Al respecto de este principio, se edifica la profundización de la democracia, la que reconoce la efectiva expresión del pluralismo político e ideológico. En la década de 1990, se expresa una creciente penetración de los medios de comunicación como la prensa, radio y televisión, así como el ascenso de las tecnologías de la información, connotándose internet, redefiniéndose la libertad de expresión se redefinió como el derecho a la comunicación. Esto requirió un rol más activo de la ciudadanía en la interrelación entre derechos de comunicar y la participación en la adopción de decisiones (Del Popolo 2017).

8.1 ORIENTACIONES DESDE EL CASO ESTUDIADO

De lo descrito en este trabajo, se desprende que los medios de comunicación transmiten una visión de la sociedad que se identifica con parámetros políticos e ideológicos, incidiendo en los elementos de comprensión del entorno. Garantizar su pluralidad aporta a los principios de profundización democrática necesarios en la actual agenda global de desarrollo sostenible.

Para ello, antes se deben definir parámetros de comprensión del fenómeno a nivel local y regional. Tal pluralismo, debe abordarse poniendo en análisis la correlación entre la diversidad en la sociedad y la esperada en los medios de comunicación social. En este sentido, las experiencias analizadas de radio permiten asumir como positiva esta relación. De hecho, el espacio radial ha sido un lugar de encuentro para la diversidad sociocultural analizada, posibilitando su reproducción en tanto entidad colectiva con perspectiva propia, desde la que generan una lectura mediática del acontecer para definir una agenda pública desde ese encuadre.

Conforme a lo señalado, de acuerdo a su condición fronteriza, la región de Arica y Parinacota se configura por un fenómeno de pluralismo informativo de sustrato, donde se correlacionan dimensiones socioeconómicas, políticas, territoriales y socioculturales. Dado este escenario, se han definido diferentes experiencias de pluralismo informativo estructural (participación en el sistema informacional) e interno (elaboración de oferta mediática y editorial). Esto ha tenido antecedentes desde su incorporación en la organización de actores del sistema informacional (ej, Radio andina, y radio Frecuencia Tropical), así como elaborando oferta informativa específica referida a pueblos del interior de Arica, migrantes de otras regiones y pueblos de la trans-frontera andina. Algunas veces esta agenda tiene mayor visibilidad (cuando se refiere a temas de etnicidad, ej. Respecto del Estado) y otras de menor visibilidad (cuando se refiere a materias socioculturales). Asimismo, puede oponerse y complementarse, en coherencia a las lógicas internas al fenómeno de clasificación de alteridades indígenas.

Expresado desde diferentes pliegues, en el caso indígena, se ha mostrado que sigue una ecualización particular. Según diferentes bemoles, en esta experiencia la radio ha sido un activo principal de expresión de pluralismo comunicacional. Concretamente, en este formato se comprende la mayoría de expresión indígena en los medios masivos –complementado, con las TICs, connotándose la utilización de redes sociales como el Facebook–.

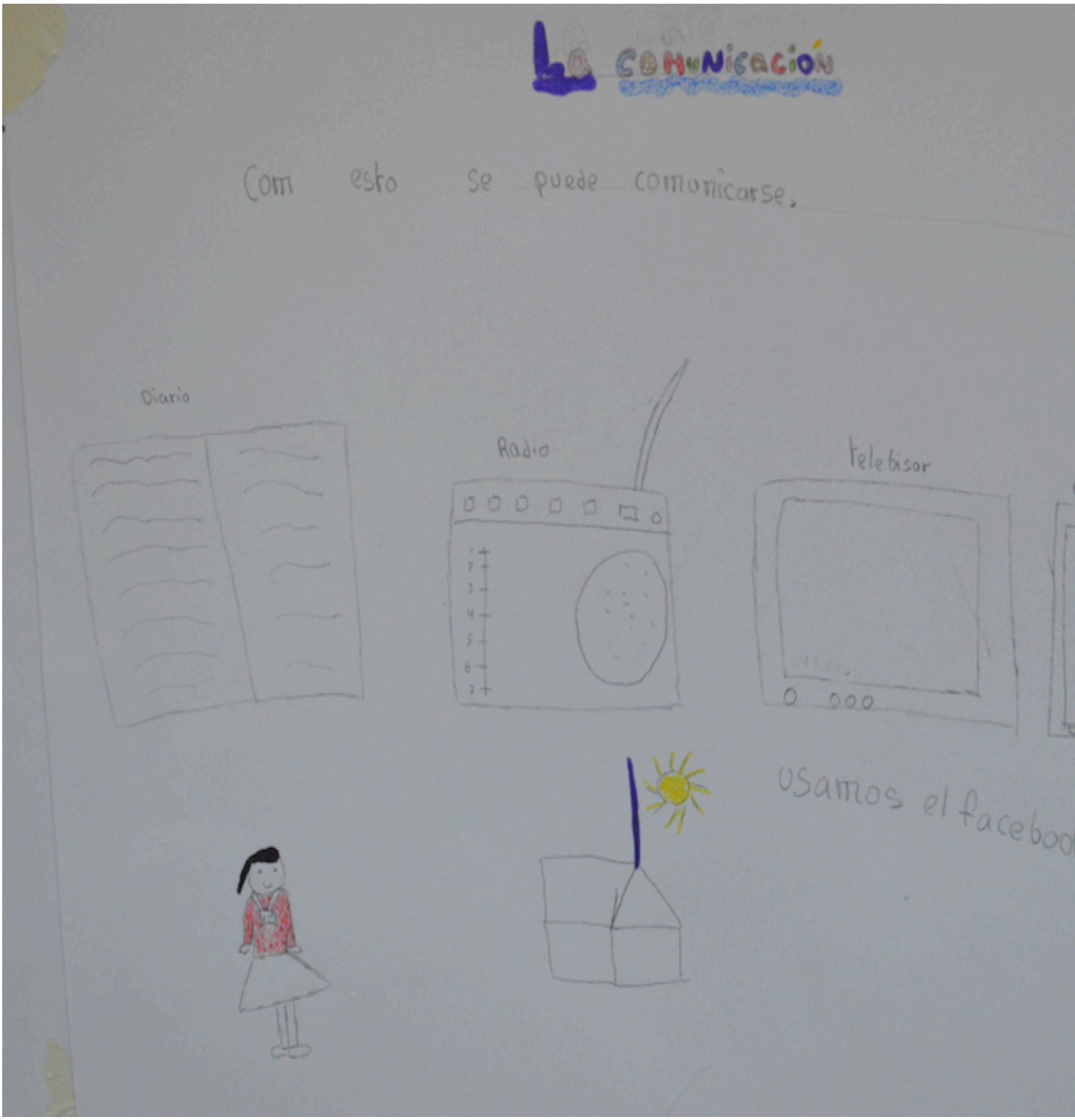


Figura 8.1. Registro PLU 160025. Taller Liceo Granaderos de Putre

a) Árbol de problemas

En lo siguiente, se presenta el árbol de problema (Figura 8.3). Esta estructuración comprende como problema central y sus factores causales-consecuentes. Acá se ha considerado que existe una alta inequidad para la generación de opinión pública indígena sostenible en medios radiales de comunicación social. Esto, medido por la participación relativa de personas con adscripción indígena en el sistema comunicativo, sea como propietario/concesionario y elaborador/a de oferta informativa y editorial.

Considerando el aspecto de pluralismo externo, se observa un bajo impacto del apoyo estatal disponible para instar la diversidad de fuentes de información y pluralidad de actores. Aquello, debido a la acción paralela y no transversal de diversas entidades sectoriales con instrumentos de subvención y/o intervención para promover la participación indígena en medios masivos de radios. Por otro lado, el espectro radioeléctrico es un bien escaso. De este modo, el régimen de concesiones establece condiciones de operación que regulan (o eventualmente congelan) la incorporación de nuevos actores al espectro de frecuencia modulada FM, amplitud modulada AM, y onda corta, según la duración de las concesiones (mínima de 3 años y máxima de 23 años), condiciones desiguales de participación (derechos preferentes de renovación para actores ya incluidos) y los altos costos de instalación de radioemisoras. Advertir esto solamente desde la perspectiva del negocio, deja de aprehender elementos éticos asociados. Así, es relevante que el Estado, a través de una pertinente política de telecomunicaciones, desarrolle una institucionalidad que escinda las funciones de ejecución de la legislación y la de definición de la política sectorial. Esta entidad gubernamental debe sostener un mayor rol en la administración de frecuencias radiofónicas y la cuota de participación de concesionarios, con una participación con criterios de neutralidad, imparcialidad y transparencia activa. Esto, especialmente posibilitando igualdad de oportunidades de grupos independientes, comunitarios y/o sin fines de lucro respecto de las otras con fines de lucro. De tal manera, se debe promover vías alternativas de participación y pluralidad (creación y dirección de medios de comunicación) en el sistema, con el fin de asegurar el debate público en la ciudadanía. Esto, en parte, ha sido cubierto con la promulgación de la Ley Nº 20.433 (2010) de radiodifusión comunitaria, requiriendo evaluación a su impacto según lo observado. Acá, aunque se muestra el complemento del uso de internet –como elemento ecualizador de mensajes–, no es dable sostener que este último soporte mitiga la limitación definida, y que puede incidir en la libre competencia y la diversidad en los medios. No hay una penetración de las nuevas tecnologías que reduzcan el efecto de barrera de entrada que implica las *concesiones de radiodifusión sonora de libre recepción*. Especialmente, generando esferas de monopolización, que pueden actuar restringiendo la libertad de información y el derecho a la información consagradas en la Ley Nº 19.733 (2001).

A nivel del pluralismo informativo interno, se advierte un alto condicionamiento de la sostenibilidad económica que afecta la parrilla programática y libertad editorial. Esto, por las altas condiciones de subsistencia y precarización de programas radiales indígenas, asociados a comunicadores sociales con escasa formación medial y con modelos de gestión de negocio para sus propuestas informativas. Aquello, da un escenario de escasa capacidad para elaborar una oferta mediática y editorial que se proyecte en el tiempo en calidad y cantidad, otorgando bienestar a sus artífices. Atendiendo a este esquema, se puede notar también existencia de agentes con importancia patrimonial inmaterial (ej. Caso de Nemesio Flores, radio proclamación) que, en general, emiten su oferta mediática al aire sin un correlato de registro de sus emisiones, no siendo posible salvaguardar su contenido luego de su ejecución radiofónica.

Por otro lado, desde el aspecto informativo estructural, se observa una característica diversidad en el sistema informacional, donde priman emisoras comerciales respecto de otras institucionales. Las primeras concentran la oferta informacional indígena, las segundas la comprenden desde una incidencia en el tenor del contenido. Sin embargo, en ambos casos, no hay una observancia de criterios de pluralismo interno, estructural y externo, primando la escasa asociatividad de los actores en el sistema. Por ello, se expresan situaciones de baja capacidad de incidencia en la planificación del segmento en términos de desarrollo regional y país.

Figura 8.2. Registro, seminario Pluralismo y pueblos originarios, ciudad de Arica

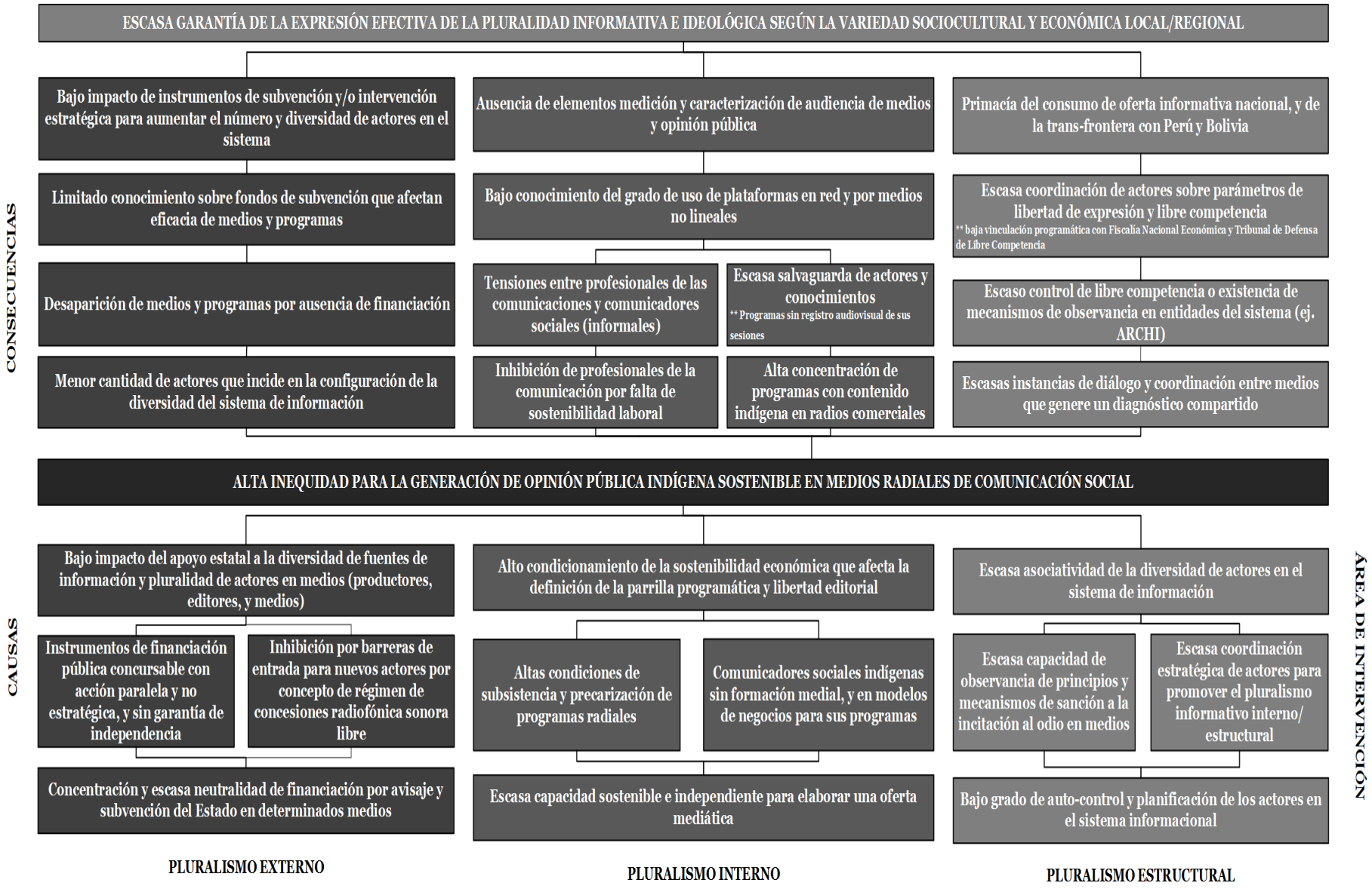


Figura 8.3. Árbol de problemas, pluralismo informativo en Radio

b) Árbol de objetivos

En lo siguiente, se presenta el árbol de objetivos, y las líneas de acción identificadas (Figura 8.4). Esta estructuración comprende la vinculación de medios a fines, notando como objetivo central el requerimiento de mejorar las condiciones de equidad para la generación de opinión pública indígena sostenible en medios radiales, que aporte al fin de garantizar la expresión efectiva de la pluralidad informativa e ideológica según la ecualización de dimensiones socioculturales, socioeconómicas y regional/local.

En este contexto, una primera línea de acción es abordar el impacto de los instrumentos de subvención y/o intervención provistos por el Estado. Tal contexto permitiría una más pertinente y óptima acción sobre el constructo en mitigación. En este orden, se ha propuesto como alternativa posible generar instancias de trabajo público-privado para conocer y evaluar (ex ante, durante y ex post) a los instrumentos estatales de promoción al pluralismo informativo, en los niveles internos y estructurales.

Desde el eje de pluralismo interno, es relevante abordar otra línea de acción que dice relación con mejorar la sostenibilidad económica y social para la definición de la parrilla programática. Dada la realidad del fenómeno, se da una sostenibilidad desde los agentes que generan la oferta informativa, pero sobre el fundamento de una estructural vulnerabilidad, asociada a que la actividad es no rentable financieramente, y se soporta sobre la convicción. En algunos casos, se tienen modelos de negocios sostenibles, especialmente desde el énfasis de promoción recreacional, como es el caso de los programas asociados a productoras de eventos andinos. Asimismo, los comunicadores sociales, en su mayoría, carecen de formación medial, actuando en la elaboración de contenido y en el despliegue performativo mediático desde sus aptitudes en la materia. Sería acá relevante incorporar acciones de formación desde un plan de acción con pertinencia cultural y en comprensión de los saberes que ya tienen los artífices.[1] Se reconocen acciones en esta materia desde agentes gubernamentales sectoriales o privados con financiamiento gubernamental, pero que pueden contar con riesgo de estratificar el fenómeno. Lo relevante acá es incorporar en la oferta formativa posible la diversidad implícita en los comunicadores según sus referencias a comunidades de escucha, género, edad y escolaridad. Como una alternativa en este plano, se propone mejorar las condiciones para la elaboración y mantención de la oferta informativa y editorial que incluya la diversidad interna a los pueblos originarios (en calidad, pertinencia y cantidad).

Finalmente, es relevante abordar como línea de acción mejorar la asociatividad de los actores en el sistema comunicacional. Asumiendo acá el tipo de pluralismo estructural, importa generar diagnósticos participativos y líneas de acción orientadas a la incidencia de materias visualizadas por los agentes, para empoderarles en su sistema de relaciones. Con ello se posibilita una mejor observancia colectiva de principios de pluralismo (interno, estructural y externo), y una elaboración de visión estratégica e inclusiva, con alto grado de auto-control y planificación de escenarios a nivel retrospectivo, situacional y prospectivo. Si bien la experiencia de ARCHI es relevante en esta materia, se cree menester fortalecer esta entidad o entidades alternativas a esta que permitan una mayor inclusión a nuevas modalidades en los formatos radiales.

[1] Acciones se ha instalado al respecto, teniendo como problema central la escasa instalación de una oferta regular que establezca un programa formativo de comunicación social con perspectiva sociocultural y regional asociado a objetivos inmediatos, mediatos y de largo plazo. Generalmente estas actividades se centran en ámbitos generales de locución y animación en medios de comunicación social, sin adherir elementos centrales en el área como lo es la pertinencia cultural y de género. Iniciativas que buscan promover espacios comunes entre comunicadores sociales y periodistas han sido, entre otros casos, coordinados por entidades como ARCHI. Concretamente, se ha observado entre los años 2017 y 2018 que el Colegio de Periodistas a nivel nacional ha promovido foros ciudadanos en Santiago y alrededores sobre el derecho a la comunicación y comunidad, los que ha transmitido mediante plataformas como Facebook Live y Twitter. A nivel local, se ha observado que el mes de diciembre del año 2017, se ofertó y ejecutó un espacio de capacitación sobre usos de la palabra, tonalidades y la comunicación social, dictado por el comunicador Rodolfo Herrera Llantén en la ciudad de Arica, a un conjunto de agentes de radios. Por otro lado, también es relevante la experiencia de capacitación del Taller de Radio Indígena asociado a la iniciativa de la periodista Leyla Noriega, su programa radial Ayni, y el Departamento de Pueblos Originarios de la SEREMI de las Culturas, las Artes y Patrimonio de Arica y Parinacota, donde a un conjunto de actores indígenas, especialmente mujeres, se les forma en locución, formulación de contenido y manejo del medio radial con perspectiva indígena.

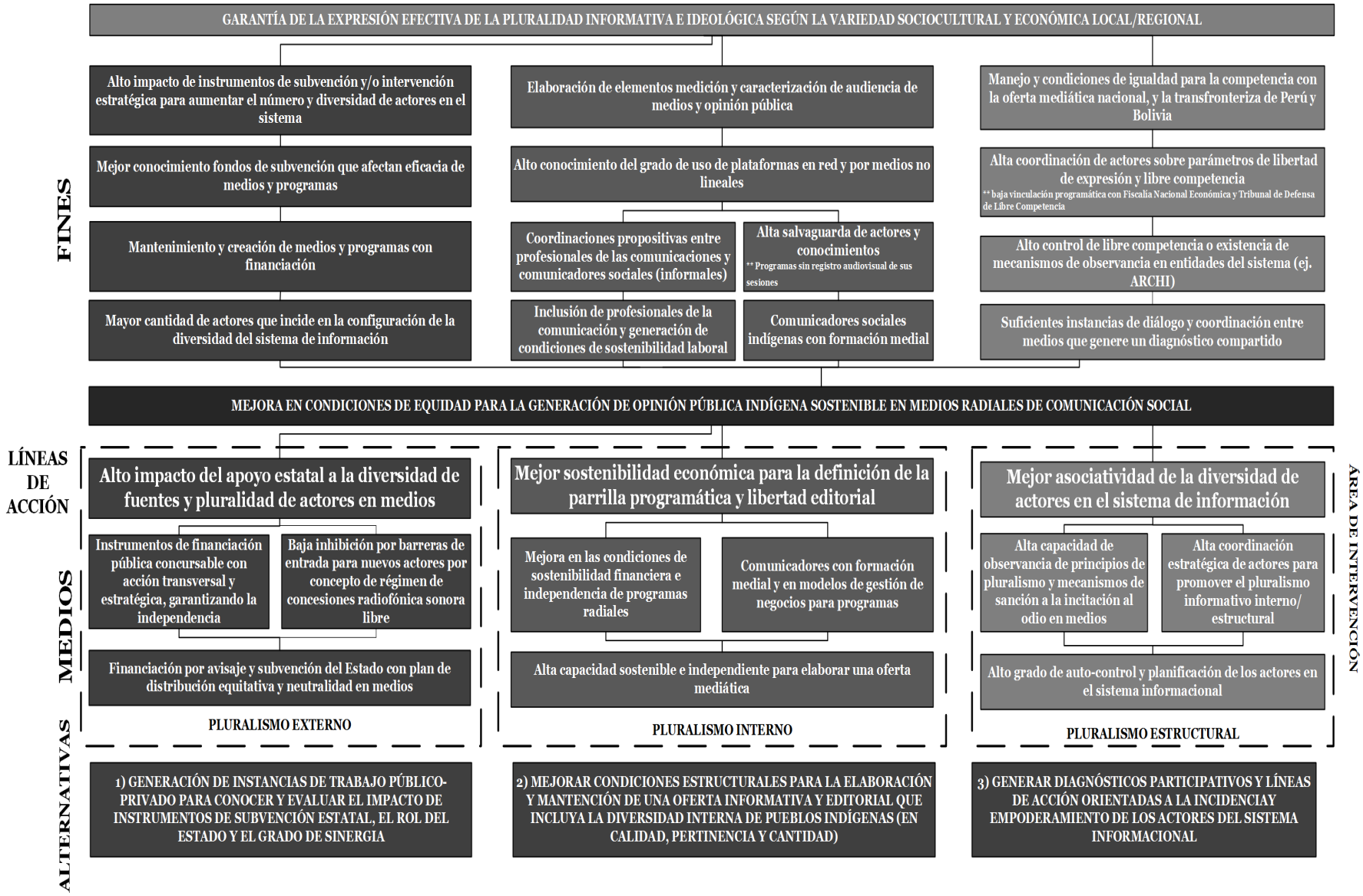


Figura 8.4. Árbol de medios a fines

Figura 8.5. Registro etnográfico. Radio andina, programa Una hora con Bolivia

8.2 RECOMENDACIONES

a) Transversales

A nivel nacional, el concepto de pluralismo informativo se encuentra en debate.[2] A nivel regional, requiere conceptualizarse desde un énfasis participativo, orientado a vincularse con la necesidad de revisar la opción de elaboración de política pública con pertinencia territorial. Siguiendo a Zárate (2016), este eje de discusión debe zanjar tres aspectos, a saber: i) sostener una discusión conceptual sobre la definición de pluralismo informativo; ii) niveles de acciones necesarias y legítimas del Estado para la promoción del pluralismo, sin perjuicio a su obligación de no alterar el mensaje, libertad editorial de los medios, y promoción a voces diversas; y, iii) la necesidad de visualizar la elaboración de un procedimiento participativo e inclusivo, con ribetes técnicos y objetivos. En todos los casos, la garantía del pluralismo es el fundamento de las libertades de opinión e información y del derecho a la información.

El caso nacional carece de una definición precisa a nivel legal y no es uniforme en su finalidad manifestada. Incorpora la noción de diversidad, sin determinar su referencia a una diversidad social ideal o si se refiere a la diversidad configurante de la sociedad. Asimismo, requiere una precisión sobre el universo que establece lo informativo, según a correlación entre soportes clásicos de comunicación masiva con otros emergentes asociados a la profusión de TICs (físico, digital; Facebook, Google, etc.). Es decir, al respecto, importa comprender el consumo de la información a nivel masivo. Esto implica, revisar el enfoque que tiende a concentrar la noción de medios masivos en los tradicionales y con soporte físico (TV, Radio, Prensa escrita, etc.), sin atender una observancia a los servicios dispuestos en red y por medios no lineales.

Entendiendo por pluralismo informativo a la manifestación de la diferencia en los medios de comunicación, se puede sostener que incorpora en planos estructurales, internos y externos (Gibbons 2015; Zárate 2016). Su expresión es un tema relevante de agenda programática del Estado. En la medida que su manifestación permite la garantía de derechos de expresión y de ejercicio de ciudadanías culturales, se refiere al principio de profundización democrática, la garantía de libertades y la atención a la equidad en materia de comunicar.

En este escenario, los pueblos originarios han mantenido históricamente una relación desigual con la sociedad en general, y con la representación que ha elaborado de éstos el Estado, la sociedad general y el mercado. Especialmente, su relación se ha definido por la invisibilización y/o homogeneización en la comunicación masiva, y en la imputación externa de elementos de auto-comprensión. No obstante, un conjunto de estrategias se ha formulado desde las colectividades ancestrales o étnicas para instalar experiencias de pluralismo, siempre al arbitrio de formas de vulnerabilidad. Por esto, es menester que desde iniciativas de investigación se dialogue con la dimensión de intervención de estar realidades, para apelar a la sinergia entre investigación, desarrollo e innovación de procesos.

En particular, con este constructo se abren nuevas perspectivas y se amplía el campo de acción, habilitando la instalación de nuevas voces e ideas que transitan por los márgenes del escenario mediático tradicional.

Conforme a los ejes advertidos, es posible sugerir una mayor coordinación intersectorial para abordar las siguientes recomendaciones:

1. Instar un debate transversal a nivel regional sobre pluralismo y diversidad, que implique analizar las conceptualizaciones y planes de acción que puedan definirse para promover la profundización de principios democráticos en los medios de comunicación social.

[2] Al respecto, sosteniendo la clasificación en niveles, se comprende para pluralismo externo a las funciones de regulación del pluralismo, diversidad de fuentes y actores en el sistema, y acciones del Estado para instalar instrumentos de subsidio de la creación/mantención de medios asociados a el fundamento constitucional de la libertad de opinión, y derecho a la información (Constitución, art. 19, Nº 12), Ley 19.733 (2001, de prensa) y Ley 20.750 (2014, digital terrestre); pluralismo interno, referido a los criterios de producción en el medio de acuerdo a la oferta informativa y editorial de cada medio; y, pluralismo estructural con el criterio de organización del sistema informativo.

2. *Evitar estereotipos de pueblos originarios* que perpetúen a las colectividades en una posición de desigualdad, asociándola a roles, contextos socioeconómicos y perspectivas tradicionales, fuera de su auto-definición y realidad contemporánea. Asimismo, utilizar conceptualizaciones adecuadas conforme el Convenio 169 de la OIT, diferenciando nociones de pueblos indígenas (definido por territorialidad y pre-existencia) y etnias (grupos culturalmente diferenciados sin pre-existencia y territorialidad).

3. Incorporar en las líneas de acción posibles a la diversidad interna a los pueblos originarios. En este particular, comprender a sus planos específicos de percepción, participación e incidencia desde dimensiones de género y las territoriales.

4. *Generar acciones de catastro y valoración de programas y cultores de radios con contenido indígena*, a fin de reconocer su contribución a la promoción de la identidad cultural en la diversidad de pueblos originarios, y la mantención de cosmogonías locales.

5. *Procurar la salvaguarda de la diversidad cultural de pueblos originarios en radios, y su acceso para participar en la oferta informativa de otros medios masivos afectos a menor pluralismo (como la prensa escrita, y TV)*. Esto, con afán de preservar y perpetuar su rol en la definición del pluralismo informativo indígena, y una oferta visible. En congruencia, en la parte V de educación y comunicación del Convenio 169 OIT se pone relativa atención a aquello, siendo ilustrativo el señalamiento de la Declaración americana sobre derechos de los pueblos indígenas de la OEA (2016). Este último instrumento en su art. XIV Nº 3, advierte que "(…) *Los pueblos indígenas, tienen derecho a promover y desarrollar todos sus sistemas y medios de comunicación, incluidos sus propios programas de radio y televisión*(…) e incorpora que deben darse las condiciones para "(…) *acceder en pie de igualdad a todos los demás medios de comunicación e información*(..)" donde "(…) *Los Estados tomarán medidas para promover la transmisión de programas de radio y televisión en lengua indígena, particularmente en regiones de presencia indígena*(…)" así como "(…) *promoverán y facilitarán la creación de radioemisoras y televisoras indígenas* (…)", y otros formatos de comunicación e información.

6. *Instalar un sistema de medición periódica de la audiencia, y de opinión pública*. Aquello, en contexto de una entidad universitaria regional o centro de investigaciones en comunicación con instalación estable, desde donde se puedan elaborar metodologías cuantitativas y cualitativas en Ciencias Sociales para monitorear y analizar la relación medio, oferta informativa, audiencia y territorio (transfronterizo).

7. Promover la *apertura de líneas de investigación básicas y aplicadas sostenibles en torno a procesos comunicativos masivos, democracia y dimensiones socioculturales e indígenas de (trans)frontera*. Aquello, con el fin de insumar con líneas base a los agentes públicos y privados que intervienen el territorio desde criterios de desarrollo y crecimiento socioeconómico y político. Lo mencionado, especialmente, en las materias que siguen: mercado de medios de comunicación (concesiones, medios comunitarios, y emisoras con señal transfronteriza sonora libre, etc.), elaboración de agendas mediáticas de grupos específicos y consumo de información masiva en contexto de soportes físicos y no físicos en red con referencia glocal.

b) Específicas

Se abordan recomendaciones a las dimensiones estructurales, internas y externas del sistema informacional de radio, a fin de promover acciones progresivas en torno a las brechas de desarrollo asociadas a esta materia (Figura 8.6).

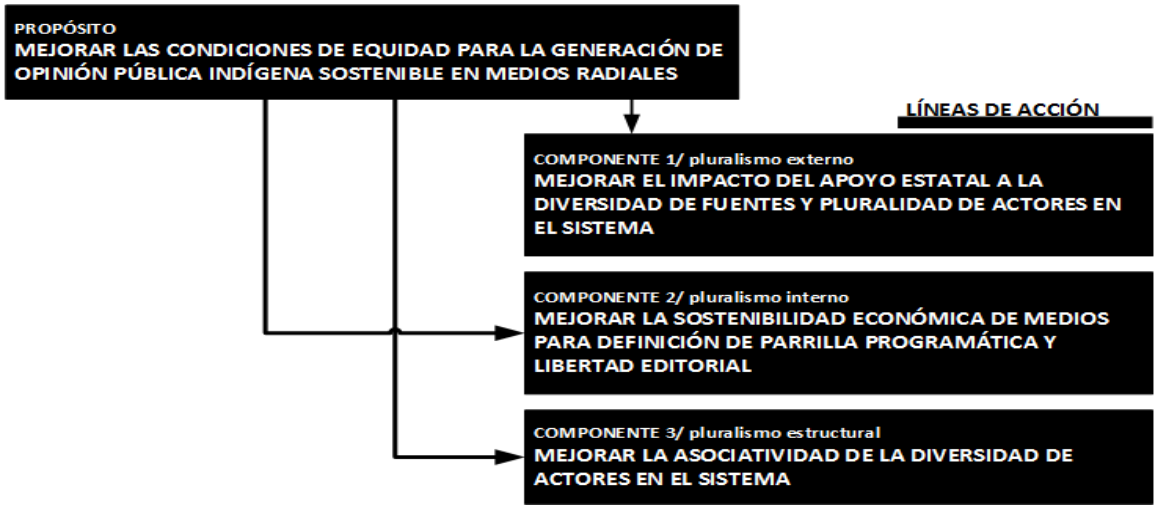


Figura 8.6. Líneas de acción propuestas respecto del problema central

Pluralismo informativo externo

El plano externo se refiere al cómo se regula el sistema comunicacional, para promover fuentes de información y una pluralidad de actores en los medios (productores, editores y medios). Se deben definir los mecanismos que se incorporan para su subsidio, con objeto de potenciar y/o mantener la oferta de medios locales. Aquello, de acuerdo a la premisa de que a mayor cantidad de actores (en el sistema), mayor diversidad. En este sentido, se ha propuesto como objetivo abordar la mejora del impacto del apoyo estatal (subvención y/o intervenciones) a la promoción de la diversidad de fuentes de información y pluralidad de actores, como elemento principal (Figura 8.7).

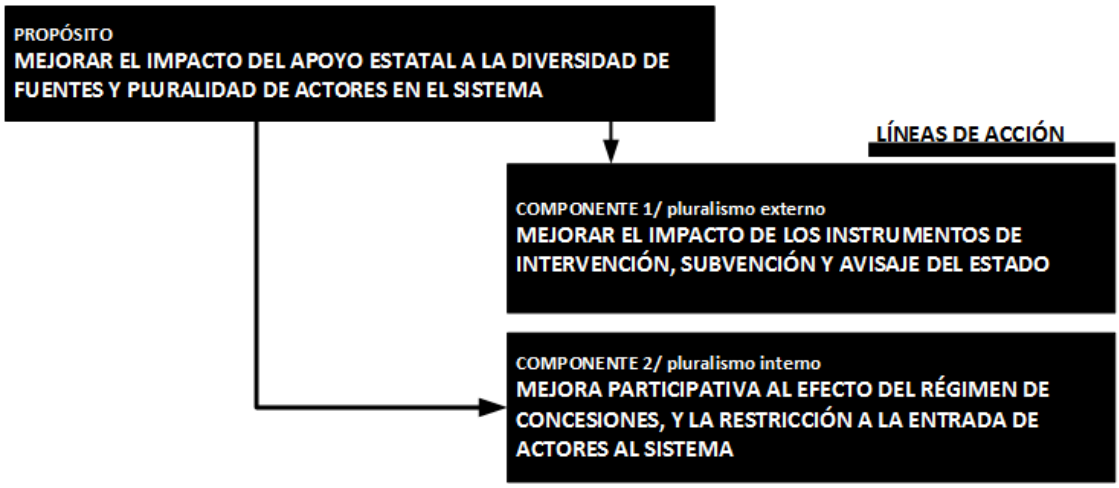


Figura 8.7. Propósito y componentes propuestos

Acá, el Estado tiene un rol principal, favoreciendo la dotación de una mayor diversidad al sistema, así como en la promoción de una neutralidad hacia su eventual influencia en los medios. En este tenor, a propósito de la Ley 19.733 (2001), se advierte que es rol del Estado la función activa de promover la diversidad en el sistema comunicacional, mediante la libertad editorial de los medios[3]. Asimismo, se estima que un sistema socialmente acordado no se contrapone al rol subsidiario del Estado.

[3] Asimismo, de acuerdo la discusión de la Ley 19.733, el Tribunal Constitucional (Rol 226-95, año 1995) observa que, según el art. 1 y art. 19, Nº12 de la Constitución de la política del Estado, se debe reconocer y proteger la autonomía de cuerpos intermedios entre el individuo y el Estado, así como precisa consagrar la libertad de expresión (Zárate 2016).

En este sentido, se recomienda lo siguiente, a saber:

- *Desarrollar una planificación estratégica, participativa e inclusiva, que permita calibrar instrumentos de subvención existentes en torno a propósitos en común de promoción al pluralismo estructural e interno*. Asociativamente, se sugiere un análisis retrospectivo, situacional y prospectivo de los programas y proyectos elaborados en la materia y que establecen de manera sectorial la estructura de oportunidades público-privado para el pluralismo informativo.

- *Desarrollar herramientas públicas que promuevan la libertad de información a través de la distribución más equitativa de los recursos del Estado*. En este sentido, se connota que el Estado es un actor que debe garantizar la neutralidad de los contenidos que establezca, generando elementos objetivos de promoción.

- *Evitar la concentración del avisaje público en determinados medios de supuesta concentración de audiencia*, generando mecanismos objetivos para una distribución equitativa de financiación por este concepto.[4] [5]

- *Desarrollar instrumentos de subvención que reflejen la independencia de los actores y que permita una diferenciación de los roles de los medios no estatales y estatales*. Asimismo, que permita una financiación sostenible de los medios en promoción, creación y/o mantención, ya que el actual presupuesto es limitado respecto de los costos reales de promover modelos de negocio y/o comunitarios de medios de comunicación social, afectando su eficacia.

Pluralismo informativo interno

El plano interno se refiere al medio de comunicación en particular, y su producción de mensaje, en tanto oferta informativa y editorial. A través de esto, se procura la garantía y expresión de la libertad editorial, y la promoción de una plataforma que incorpore la diversidad de expresiones en la sociedad para elaborar contenido medial. En este horizonte, se ha propuesto como objetivo abordar la mejora de la asociatividad económica de medios para la definición de la parrilla programática y libertades editoriales, como elemento principal (Figura 8.8).

---

[4] En efecto, en un conjunto de servicios asociados a los procesos participativos (ej. Participación ciudadana anticipada, formal o Consulta Indígena, entre otros), entidades públicas -como CONADI- y privadas demandan la difusión en medios de comunicación de consabida escucha indígena regional. Esto conlleva, la formulación de demanda por avisaje específico de actividades, servicios y/o productos, o también, generación de oferta informativa. Como ejemplo, se tiene la Licitación ID Nº 801-7-2018, vinculada presupuestariamente al Programa Manejo y protección del patrimonio cultural indígena código BIP 20161884-0, la que demanda como uno de sus productos el "*diseño, elaboración, edición y conducción de programas radiales con la participación de especialistas en medicina tradicional andina (Kulliri, Usuyiri, Yatiri)*". En estos casos, puede darse un sistemático riesgo de promoción a fallas de mercado asociadas al monopolio u oligopolio, afectando las funciones de oferta y demanda.

[5] Es del mismo modo relevante atender al análisis del impacto provocado por el avisaje de la (re)producción de elementos comprensivos de la realidad indígena. En este rigor, el tratamiento por parte del Estado suele tender a la formulación de elementos excluyentes alusivos a la invocación de la alteridad interna de los pueblos. Dado eso, en el seguimiento del fenómeno en estudio, se tuvo una observación de la oferta informativa de radios en la ciudad de Arica sobre temas de pueblos originarios en contexto del denominado "año nuevo indígena" -conocido en sus derivados en voces aymara, quechua, y mapuche, etc- del año 2018. En tal evento, desde el parlante y plataformas virtuales de una radio nacional, se oye la voz del director nacional de CONADI, saludando el nuevo año mapuche, en alusión al *We Tripantu* o *Wiñoi Tripantu*. En la expresión, es posible notar un discurso institucional de buena fe y búsqueda de pertinencia, orientado a sumarse a la expresión simbólica de un nuevo ciclo anual indígena. Si se atiende a los efectos de replicación del mensaje, en la ciudad de Arica, por causa de la cobertura nacional del mensaje y alta penetración local de radios nacionales en Arica, considerados los datos del estudio PLU160025, donde se evidencia que los medios locales cuentan con un rol secundario en la incidencia del mensaje en la población local respecto de otros medios de la región metropolitana, en términos generales, se hace necesario una doble lectura. Esto es, la falta de pericia para elaborar un mensaje inclusivo a la diversidad referente del mensaje. Esto es, no solo mapuches, no solo aymaras. Sí también otras alteridades que, desde criterios alusivos a pueblos originarios, suscriben a territorios, organizaciones y cosmovisiones. En síntesis, un mensaje que buscó ser inclusivo, pertinente y de buena fe, replicado en Arica, vía una radio nacional, y en citación explícita al pueblo mapuche, carece de pertinencia y resulta simbólicamente violento, al invisibilizar en su diseño la diversidad de alteridades que se comprenden en la noción de pueblo originario y/o tribal del Convenio 169 de la OIT (1989) promulgado y vigente desde el año 2009, vía el Decreto Nº 236 del Ministerio de Relaciones Exteriores en calidad de tratado bilateral, por Chile.

Figura 8.8. Propósito y componentes propuestos

En estas coordenadas, se recomienda que es preciso,

- *Reflejar la diversidad interna a los pueblos originarios*. Hay diferenciaciones socioculturales que se originan en la discriminación referida a la proveniencia de pueblos del interior de Arica, de otras regiones del país y pueblos de la trans-frontera nacional que es preciso incorporar para abordar de manera pertinente acciones de comprensión, intervención y promoción de la oferta mediática.

- *Generar instancias de diálogo y acuerdo entre los agentes del sistema que elaboran oferta mediática*, donde connotan los comunicadores sociales y los periodistas con escasos espacios de reconocimiento mutuo, y de visualización estratégica de complemento. En el primer caso, asumiendo la tarea de comunicar desde los códigos de sus comunidades. En el segundo caso, basándose en una política normativa y laborar del fenómeno.

- *Generar instancias de diálogo sobre oferta mediática con entidades y actores de la trans-frontera con Perú y Bolivia*. Esto, dado que se revela un alto consumo de radios de tales ejes, y presencia de pueblos indígenas transfronterizos. Con tal acción se aborda el art. 32 del Convenio 169 de la OIT, relativo a la necesidad de medidas apropiadas para facilitar los contactos y cooperación entre pueblos indígenas y tribales a través de las fronteras.

Pluralismo informativo estructural

El plano estructural se refiere al sistema informativo y su configuración. Es decir, la organización del conjunto de actores en el sistema de comunicación, donde se imprimen criterios de libertad de competencia, diversidad y desconcentración de actores, así como de regulaciones que enmarcan el campo de gestión de las emisoras como medios en particular. En este sentido, se ha propuesto como objetivo abordar la mejora de la asociatividad de la diversidad de actores en el sistema, como elemento principal (Figura 8.9).

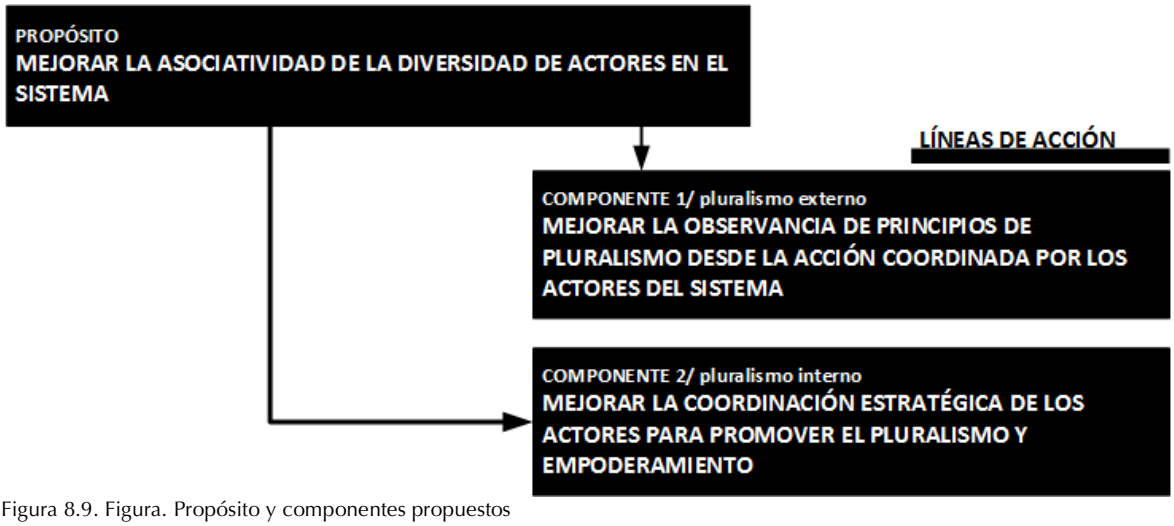


Figura 8.9. Figura. Propósito y componentes propuestos

En este orden, se recomienda,

- *Elaborar diagnósticos participativos desde los actores del sistema*, abordando las fortalezas, oportunidades, debilidades, y amenazas que les comprende para la progresión de medidas de pluralismo informativo en contexto de alta complejidad sociocultural, política y territorial.

- *Formular mecanismos internos a la dinámica organizativa a los actores del sistema*, para elaborar una observancia de los planos internos, estructurales y externos de pluralismo.

- *Mejorar la coordinación estratégica entre los actores*, para promover una oferta competitiva ante medios de alta penetración local como lo son los del nivel nacional y de la trans-frontera andina (Perú y Bolivia).

8.3 Matriz de actores involucrados en el pluralismo informativo regional

Considerando la investigación realizada, es posible observar una progresiva complejidad de las interconexiones de los formatos de comunicación social. Esto, dada la transición desde un modelo vertical de comunicación a formatos más horizontales, afectos a la contestación de la audiencia respecto de la formulación de contenido.

Atendiendo lo señalado, no es posible abordar las radios como un campo en sí mismo. Esta se debe abordar atendiendo a un sistema más amplio, que introduce complejidades. En este sentido, vale cartografiar agentes atingentes al sistema de acuerdo a los ámbitos de participación internacional, nacional, regional, comunal y local-interno.

Los ámbitos advertidos, comprenden el radio de acción de los agentes involucrados en el sistema, los que suelen visualizarse de manera paralela, y no convergente (Figura 8.10). De acuerdo a las dimensiones de pluralismo interno, estructural y externo, es necesaria la conexión de los diferentes niveles. Visto en así, estas entidades requieren un plan general de pluralismo informativo, que les permita armonizar sus visiones/misiones, fines/propósitos, objetivos estratégicos y ejes de intervención-conceptualización de grupos de interés (según dimensiones de género, territorios, pueblos originarios, grupos etarios, entre otros).

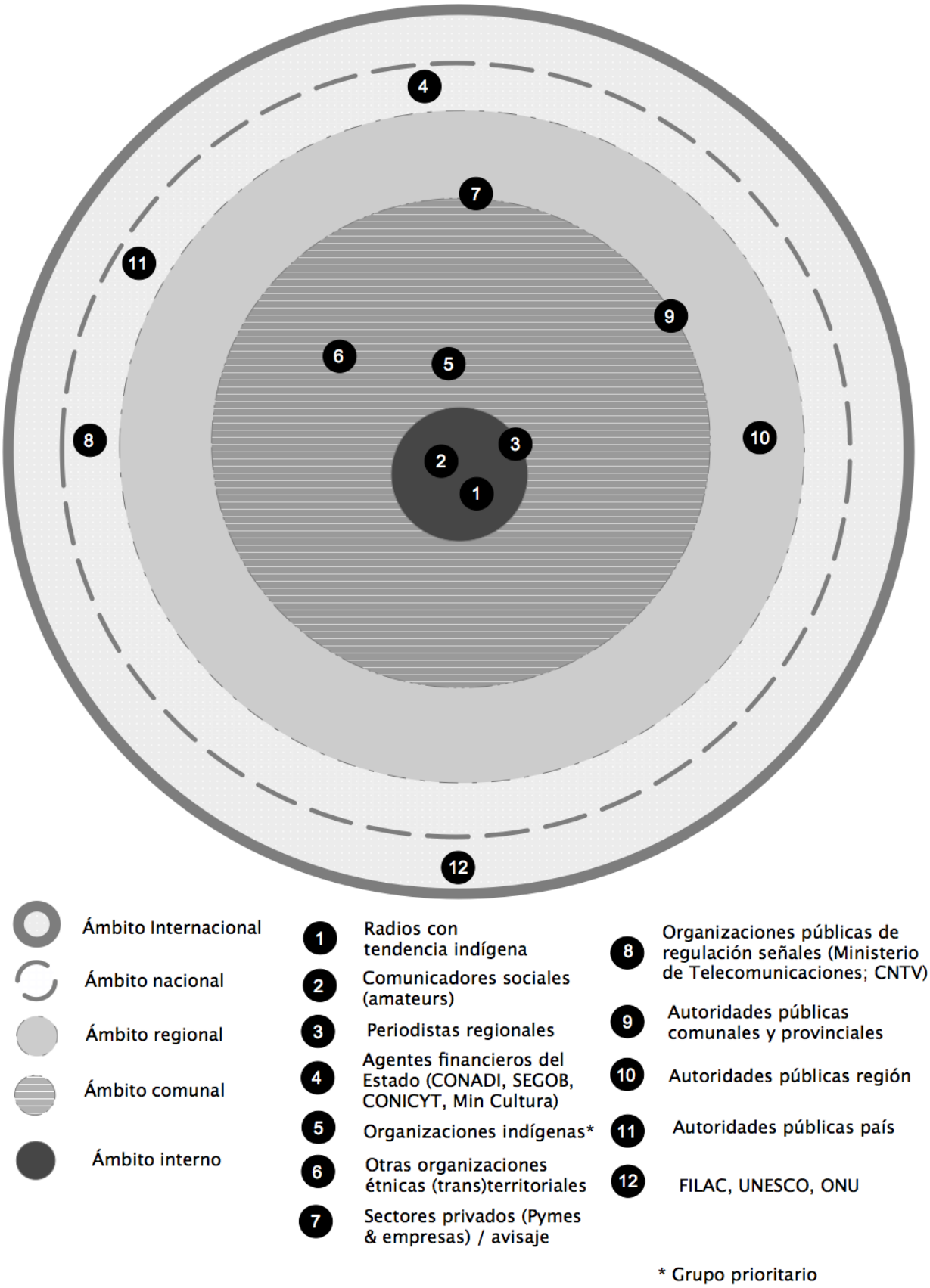


Figura 8.10. Grupos de interés, Pluralismo informativo

8.4 MATRIZ DE ARMONIZACIÓN

Se sugiere la posibilidad de un plan regional de pluralismo informativo, asumible mediante tres fases estimables de institucionalización de una acción inter-sectorial (Figura 8.11). Esto, que implique la generación de líneas bases y plan de acción compartido entre los diversos soportes de comunicación social, supuesta la yuxtaposición de sus formatos en el marco de la impresión de una comunicación medial basada en un paradigma horizontal, donde se conectan de manera más inmediata la ecuación emisor-medio-mensaje-receptor.

Figura 8.11. Etapas de generación de plan público de pluralismo informativo regional

La unidad de coordinación emergente, podría asumir funciones asociadas a:

1) La promoción de generación de líneas base (mediante la coordinación del programa de información científica de CONICYT, entidades de recepción de propuestas vinculantes como FNDR, y FONDART), asociadas a la mesura y cualificación de la comunicación social, el territorio y las formaciones socioculturales asociadas.

2) Coordinación y armonización de instrumentos de financiación de iniciativas de pluralismo interno y generación de un propósito compartido, asociado al plan regional de pluralismo informativo. Asumiendo en tal eje, la discusión sobre el rol del Estado en los medios, vinculante al pluralismo informativo externo.

3) Armonización de instrumentos de planificación a escala internacional, nacional, regional, provincial, comunal y local atingente a la promoción de pluralismo informativo. Esto permitirá generar lecturas convergentes en torno al fenómeno, y su relacionalidad, en la gestión de agendas públicas y privadas de los territorios del área.

4) Generación de coordinaciones público-privado de capacitaciones en los actores formuladores de oferta en los ejes de pluralismo estructural e interno. Asimismo, estableciendo metas consonantes entre los agentes del sistema general de comunicación social, buscando instar la vigilancia sobre principios de universalidad, igualdad, transversalidad, inclusión, solidaridad, equidad, dignidad y derechos humanos acorde a la agenda 2030 internacional suscrita por Chile.

5) Promover acciones sostenibles asociadas a la mitigación de inequidades de género, inter-generacionales y territoriales en la expresión en el sistema de información regional.

8.5 SÍNTESIS

En este capítulo, se ha propuesto un ordenamiento de los factores asociados al problema del pluralismo en contexto de radios indígenas en Arica y Parinacota, con objeto de imputar recomendaciones en torno a la intervención de este problema de desarrollo regional.

De acuerdo al estudio realizado, y el espacio de diálogo con actores público-privado, se propusieron acá una matriz problemática y líneas de acción para intervenir el fenómeno, orientado a la profundización del pluralismo informativo de tipo externo, estructura e interno. Para aquello, se adoptó la técnica de árbol de problema y de objetivos, que permitió organizar la propuesta, y visibilizar las líneas de acción desde el estudio básico de sustrato en la iniciativa PLU160025, y el espacio de diálogo ciudadano comprendido en el seminario sostenido el mes de diciembre del año 2017.

Al respecto, se consideró como problema de desarrollo central la alta inequidad para la generación de opinión pública indígena con criterios sostenibles en medios radiales que incidan en la elaboración de la comunicación social. Ahí, son relevantes las siguientes dimensiones problemáticas: i. Bajo impacto del apoyo estatal a la diversidad de fuentes de información y pluralidad de actores en medios, en las figuras de productores, editores y medios de comunicación (pluralismo externo); ii. Alto condicionamiento de la sostenibilidad económica que afecta la definición de la parrilla programática y la libertad editorial (pluralismo interno); y, iii. La escasa asociatividad de la diversidad de actores en el sistema de información (pluralismo estructural).

En tal orden, fue advertida la necesidad de establecer alternativas que posibilitaran un mejor impacto referido al fin de garantizar la expresión de la pluralidad informativa e ideológica según la diversidad sociocultural, étnica y económica local-regional. Una de las alternativas propuestas a la dimensión de pluralismo externo se trata de la necesidad de la generación de instancias de trabajo público-privado para conocer y evaluar el impacto de instrumentos de subvención estatal (atendiendo a indicadores de *eficiencia, eficacia, economía y calidad*), el rol del Estado en el sistema informacional y el grado de sinergia ante la promoción del pluralismo informativo efectivo. Otra alternativa propuesta a la dimensión de pluralismo interno es la necesidad de una mejora en las condiciones estructurales para la elaboración y mantenimiento de una oferta informativa y editorial que incluya la diversidad interna de pueblos indígenas en calidad, pertinencia y cantidad. Finalmente, se estableció una alternativa propuesta a la dimensión de pluralismo estructural, que se relaciona a la necesidad de generar diagnósticos participativos y líneas de acción orientadas a la incidencia y empoderamiento de los actores civiles en el sistema informacional.

9. CONCLUSIONES

El estudio buscó comprender los espacios de producción de agenda pública indígena en los medios radiales en el extremo norte de Chile. Tomando en análisis elementos de pluralismo informativo (estructural e interno), se dio cuenta del caso de la ciudad de Arica, y su relacionamiento con los pueblos del interior de la Región de Arica y Parinacota. Este último segmento, definido así, si bien no constituyó ámbito de cobertura del estudio original, se consideró por su significancia para el objeto en análisis. Con tal afán, se caracterizaron los espacios radiales indígenas y sus agentes productores (directores y locutores) y audiencia. Asimismo, se indagó en los discursos indígenas, desde lo que se concibió sus racionalidades socioculturales y de etnicidad.

En este orden, se consideró un diseño metodológico mixto. Con ello, se privilegió la triangulación de fuentes primarias y secundarias de información, para advertir dimensiones de pluralismo desde el enfoque "*émico*" de los actores y sus formas de organización y generación de estrategias mediales. Asimismo, se abordó el desafío de establecer una propuesta para el abordaje público del hecho estudiado, imputándose recomendaciones que vayan a aportar al diálogo aplicado hacia la promoción del pluralismo como forma de profundización democrática, y garantía del ejercicio de derechos de primera, segunda y tercera generación.

Los resultados sugieren que el sistema comunicativo opera como modelo de folk-comunicación (Beltrão 2016). Es decir, en tanto alternativa a los medios hegemónicos, a través de las radios, las colectividades indígenas codifican y traducen mensajes socioculturalmente relevantes. De esta forma, entre el/la comunicador/a y la audiencia existe una relación de identidad sociocultural. Desde tal eje, se formulan dinámicas colectivas. Visto así, el/la comunicador/a es un líder de opinión. Cuenta éste/a con aptitudes para sintetizar los acontecimientos de importancia para su soporte comunitario. Es una figura intermedia. Convive entre el mundo externo y el intra-comunitario. Este actor capitaliza contactos e intercambio de información, así como sostiene un esquema de valoración que influye en los agentes de escuchas. Estos últimos tienen una posición activa, que se expresa en un *feedback* que comprende el uso complementario de TICs –primando el uso del Facebook para el diálogo posible–. Desde este puerto, se itera entre el uso de aparatos análogos de radio y TICs. Se va configurando desde ahí, una agenda mediática que incide en la agenda pública específica de los grupos, y sus esquemas de percepción del entorno. En este sentido, se ha constatado la hipótesis de trabajo que sostiene que las comunidades indígenas elaboran espacios discursivos propios en los medios radiales, que (re)formulan sus identidades socioculturales y étnicas, actualizando imaginarios colectivos, relaciones sociales, formas de acción colectiva y racionalidades situadas, para reproducir sus diferenciaciones culturales.

No se dispone de un análisis que incluya casos locales y sus planos operativos –ej. género, edad, pertenencia, etc.– en el extremo norte de Chile, que conlleve una descripción sistemática del fenómeno de pluralismo informativo (interno, estructural y externo) y comunidades locales. Esta cuestión remite a la dificultad, además, de insuficiencia teórica para abordar el problema, y su realización como asunto público afecto a la evaluación de los instrumentos de promoción gubernamental del pluralismo. Por consiguiente, aunque en el extremo norte de Chile son escasos los abordajes de esta materia, a pesar de la nutrida y compleja realidad que configura a los medios de comunicación en la elaboración de alteridades locales, indígenas y (trans)fronterizas, se puede observar que los resultados del estudio son congruentes con el trabajo de Carbone, Cousins y del Real (1999) en algunos puntos. Uno, que existe un privilegio por el formato radial para la comunicación en contextos socio-comunitarios, urbanos y rurales. Dos, en que existe una expectativa de ofertas informativas orientadas desde la pertinencia con el acontecer local, donde los actores comprenden inmanentemente una concepción activa en la elaboración y consumo informacional, desde una racionalidad con acuerdo a valores. Sin embargo, no es dable considerar como negativo que existan radios comerciales. Es más, desde el caso analizado se observó que en modelos de radios comerciales se concentra la oferta informativa indígena referida a ámbitos rurales y urbanos. Esto es congruente con los estudios de Albó (1974; Albó, Greaves y Sandoval 1983), quien observa desde el caso de La Paz que este modelo de gestión concentra el pluralismo informativo interno, por sus condiciones de mayor apertura editorial respecto de radios de

vinculación al medio –o con incidencia institucional–. Esta misma observación es sostenida por diferentes autores desde diferentes casos nacionales en los Andes, quienes abordan la documentación de la radio como elemento de resonancia comunitaria local y regional (Cárcamo-Huechante 2013; Huesca 1994; Lupien & Chiriboga 2017; Ramiro 2014; Rodríguez & El Gazi 2007; Soruco 1999; Stephenson 2002). En concreto, ora el relativo aislamiento geográfico rural de Arica y Parinacota, hay una demanda insatisfecha que, a través de medios de corte municipal y/o de organizaciones funcionales o territoriales, es abordada con la elaboración de ofertas mediales territoriales y etnogubernamentalizadas.

Asimismo, el estudio ha tenido limitaciones que considerar. Éste se ha centrado en el análisis descriptivo de pluralismo interno y estructural en radios de concesión FM. Aquello ha limitado la posibilidad de comprender otros aspectos latentes del sistema de comunicación folk indígena estudiado, referidos al uso, apropiación y ponderación de radios digitales, el uso de soportes TICs, etc.

De este modo, se consignan algunas claves de lectura y perspectiva de investigación que el estudio deja abiertas respecto de la comprensión de los *procesos comunicativos masivos, democracia y dimensiones socioculturales e indígenas de (trans)frontera, considerando casos y períodos alternativos que permitan la comparabilidad del fenómeno de comunicación*. Aquello, con el fin de insumar con líneas base a los agentes públicos y privados que intervienen el territorio desde criterios de desarrollo, y que promocionan el pluralismo informativo, a veces, desde sus propios ángulos y paradigmas que no asumen una reflexión epistemológica con los procesos del contexto. Al respecto, se cree prioritario instalar una agenda investigativa sobre la complejidad y centralidad de la comunicación social en la formulación de las relaciones interculturales entre indígenas y no indígenas. Ahí importa sondear, de manera más detallada, la elaboración de agenda mediática y pública, de acuerdo a las diferenciaciones internas que definen al constructo de alteridad ya descrito acá. Asimismo, se sugiere que las materias de pluralismo estructural e interno sean abordadas desde diseños metodológicos mixtos, que posibilite el seguimiento, desde un enfoque etnometodológico, del fenómeno de audiencias y formación de opinión pública (su expresión, su temporalidad y su racionalidad específica). Con ello, que se proponga instrumentos de mesura y cualificación pertinentes en tanto comportamientos, preferencias y redes sociales elaboradas.

Finalmente, con tales acciones advertidas, sería factible dar cuenta de la realidad del mercado de medios de comunicación (concesiones, medios comunitarios, y emisoras con señal transfronteriza sonora libre, etc.), y la elaboración de agendas mediáticas (de primer, segundo y tercer orden) en grupos específicos. Con este fundamento, cabe analizar la influencia del modelo de folk-comunicación y de líder de opinión. También, la correlación entre agenda mediática y pública en diferentes grupos de interés en la sociedad, así como referente a las dimensiones de consumo activo de información masiva –en contexto de yuxtaposición de soportes físicos y no físicos, en red, con referencia glocal–. En esta dinámica, en síntesis, se funda en la interpelación de emisores y receptores los que, constituyendo mensajes desde el sentido sociocultural y contextual, adoptan su realización en la comunicación social fronteriza.

10. REFERENCIAS

Albó, X. (1974). Idiomas, escuelas y radios en Bolivia. Chasqui. Revista latinoamericana de comunicación, 6, 92-133.

Albó, X. (2000). Aymaras entre Bolivia, Perú y Chile. Estudios Atacameños. Revista de Arqueología y Antropología Surandinas, 19, 43-73.

Albó, X., Greaves, T., & Sandoval, G. (1983). Chukiyawu. La cara aymara de La Paz. III Cabalgando entre dos mundos. La Paz: CIPCA

Arias Fernández, M. A. (1992). Las fuentes de información no institucionales como alternativa de los MCM. Revista Española de Investigación Sociológica, 57, 75-84.

Babbie, E. (2010). The practice of social research. Belmont: Wadsworth Cegage Learning.

Bailey, S. (2005). Media audiences and identity. Self-construction in the fan experience. New York: Palgrave Macmillan.

Banks, M. (1996). Ethnicity: anthropological constructions. Londres: Routledge.

Barrientos Delgado, J., Salinas Meruane, P., Rojas Varas, P., & Meza Opazo, P. (2011). Gender relations and masculinity in northern Chile mining areas: Ethnography in Schoperías. Etnográfica, 15(3), 413-440.

Barth, F. (1976). Introducción. En F. Barth (Ed.), Los grupos étnicos y sus fronteras (pp. 9-49). México D.F: Fondo de Cultura Económica.

Beltrao, L. (2016). El sistema de la Folkcomunicación. En C. Yáñez Aguilar, G. Moreira Fernandes, R. Browne Sartori, V. H. Valenzuela, C. Del Valle Rojas, & J. Marques de Melo (Eds.), Folkcomunicación en América Latina: diálogos entre Chile y Brasil (pp. 17-26). Temuco: Ediciones Universidad de la Frontera.

Bhabha, H. K. (1994). The location of Culture. Londres: Routledge.

Biemer, P. P., Groves, R. M., Lyberg, L. E., Mathiowetz, N. A., & Sudman, S. (Eds.). (2004). Measurement errors in surveys. New Jersey: Wiley-Interscience.

Boccara, G. B. (2007). Etnogubernamentalidad. La formación del campo de la salud intercultural en Chile. Chungara, Revista de Antropología Chilena, 39(2), 185 - 207.

Boccara, G. B., & Ayala, P. (2012). Patrimonializar al indígena. Imaginario del multiculturalismo neoliberal en Chile. Cahiers des Amériques Latines, 67, 207-227.

Bonfil Batalla, G. (1988). La teoría del control cultural en el estudio de procesos étnicos. Anuário Antropológico, 86, 13-53.

Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. Qualitative Research in Psychology, 3, 77-101.

Brettell, C. (Ed.) (2007). Constructing borders/ crossing boundaries. Race, ethnicity, and inmigration. Lanham: Lexington books.

Bulmer, M., Gibbs, J., & Hyman, L. (Eds.). (2010). Social measurement through social survey. An applied approach Surrey: Ashgate.

Butterworth, J. R. (2014). Andean Divas: Emotion, ethics and intimate spectacle in Peruvian Huayno Music. (Thesis submitted for the Degree of Doctor of Philosohy), University of London, Londres.

Carbone Duarte, R., Cousins Hurtubia, P., & Del Real Lazo, R. (2000). El rol informativo de las radios locales en los valles de la provincia de Arica. Los casos de Azapa y Lluta. (Seminario para optar al título de Periodista), Universidad de Tarapacá, Arica.

Cárcamo-Huechante, L. E. (2013). Indigenous interference. Mapuche use of Radio in time of acoustic colonialism. Latin American Research Review, 48(Special Issue), 50-68.

Carrasco Gutiérrez, A. M. (1994). Mujeres aymaras y trabajo remunerado. Temas Regionales, Año 1(1), 30-41.

Carrasco Gutiérrez, A. M. (1998). Constitución de género y ciclo vital entre los aymarás contemporáneos del norte de Chile. Chungara, Revista de Antropología chilena, 30(1), 87-103.

Carrasco Gutiérrez, A. M., Gavilan Vega, V., & González C., H. (1993). Una experiencia productiva con mujeres aymara: Promoción a la producción artesanal Arica: Taller de Estudios Andinos (TEA).

Castells, M. (2000). La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Vol. II, Poder de la identidad. México D.F: Siglo XXI editores.

Castells, M. (2006). Globalización, identidad y Estado. En Globalización, desarrollo y democracia: Chile en el contexto mundial (pp. 15 - 29). Santiago: Fondo de Cultura Económica.

Castells, M. (2009). Comunicación y poder. Madrid: Alianza Editorial.

Castelo, S. (2005). Metodologia folkcomunicacional: teoria e prática. En J. Duarte & A. Barros (Eds.), Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação (pp. 110-124): Editora ATLAS SA.

Cereceda, V. (1978). Sémiologie des tissus andins. Les talegas d`Isluga. Annales. Économies, Sociétés, Civilisation, 33e année(5-6), 1017-1035.

Choque, C. (2009). Divergencias y antagonismos del movimiento social indígena en la Región de Arica y Parinacota. Confluenze. Rivista di Studi Iberoamericani, 1(2), 267-289.

CNTV. (2015). Pluralismo, libertad de expresión y televisión, 14.

Comaroff, J., & Comaroff, J. L. (1991). Of revelation and revolution. Christianity, Colonialism, and Consciousness in South Africa, tome I. Chicago: The University of Chicago Press.

Comaroff, J. L., & Comaroff, J. (2009). Ethnicity, INC Chicago: The University of Chicago Press.

Comaroff, J. L., & Comaroff, J. (2009). Three or four things about ethno-futures. In Ethnicity, INC (pp. 6-21). Chicago: The University of Chicago Press.

Davidson, C. (2009). Transcription: Imperatives for qualitative research. International Journal of Qualitative Methods, 8(2), 36-52.

De Pina-Cabral, J. (2014). World. An anthropological examination (Part I). HAU: Journal of Ethnographic Theory, 4(1), 49-73.

Del Popolo, F. (Ed.) (2017). Los indígenas en América (Abya Yala). Desafíos para la igualdad. Santiago: CEPAL, Naciones Unidas.

Denzin, N. K. (1978). The research act. A theoretical introduction to sociological methods. New York: McGraw-Hill book company.

Denzin, N. K. (2007). Trinagulation. En G. Ritzer (Ed.), The Blackwell encyclopedia of Sociology (pp. 5083-5088). Malden: Blackwell Publishing.

Díaz, A. (2014). La violencia del discurso. La problemática política y social de Tacna y Arica, a través de la prensa local 1918-1926. En A. Díaz, R. Ruz, & L. A. Galdames (Eds.), Tiempos violentos. Fragmentos de historia social en Arica (pp. 75-83). Arica: Editorial Universidad de Tarapacá.
Escobar, A. M. (2011). Spanish in contact with Quechua. En M. Díaz-Campos (Ed.), The Handbook of Hispanic sociolinguistics (pp. 323-352). Malden: Blackwell Publishing.
Faúndez, F. (1994). Los hombres que temían al Sol. Arica: Ediciones UTIA.
Fricke, T. (2005). Taking culture seriously: making the social survey ethnographic En T. S. Weisner (Ed.), Discovering successful pathways in children`s development: mixed methods in the study of childhood and family life (pp. 185-221). Chicago: University of Chicago Press.
Gibbons, T. (2015). Active pluralism: dialogue and engagement as basic media policy principles. International Journal of Communication, 9, 1382-1399.
Giddens, A. (1994). Consecuencias de la modernidad. Madrid: Alianza Editorial.
Giddens, A. (1996). Modernidad y autoidentidad. En J. Beriain (Ed.), Las consecuencias perversas de la modernidad. Modernidad, contingencia y riesgo (pp. 33-71). Barcelona: Editorial Anthropos.
Giddens, A. (2001). Tomar en serio la globalización. En La tercera vía y sus críticos (pp. 133 - 173). Buenos Aires: Taurus.
Giménez, G. (2006). El debate contemporáneo en torno al concepto de etnicidad. Revista Cultura y Representaciones Sociales. Un espacio para el diálogo transdisciplinario, 1(1), 129-144.
Giménez, G. (2009). Identidades sociales. México D.F: CONACULTA.
Glaser, B., & Strauss, A. L. (1967 a). Theoretical sampling. In The discovery of Grounded Theory. Strategies for qualitative research (pp. 45 - 77). New Brunswick: AldineTransaction.
Goffman, E. (1991). Los momentos y sus hombres. Textos seleccionados y presentados por Yves Winkin. Barcelona: Ediciones Paidós.
Goffman, E. (1997). La presentación de la persona en la vida cotidiana. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
González, H., Gundermann, H., & Hidalgo, J. (2014). Comunidad indígena y construcción histórica del espacio entre los aymara del norte de Chile. Chungara, Revista de Antropología Chilena, 46(2), 233-246.
Gorton, K. (2009). Media audiences. Television, meaning and emotion. Edinburgh: Edinburgh University Press.
Gramsci, A. (1978). Concepção dialética da história. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
Grebe, A. M. (1986). Migración, identidad y cultura Aymará: Puntos de vista del actor. Chungara, Revista de Antropología Chilena, 16-17, 205-223.
Grebe, M. E. (1984). Efectos socio-culturales en cadena en el pastoreo de puna del norte grande de Chile. Revista Medio Ambiente y Desarrollo (CIPMA), 1(1), 127-131.
Gundermann, H. (1998 c). Comunidad aymara, identidades colectivas y estados nacionales en los albores del Siglo XX. En M. Rojas Vásquez (Ed.), A 90 años de los sucesos de la Escuela Santa María de Iquique (pp. 153-181). Santiago: LOM Editores / DIBAM.
Gunter, B. (2000). Media research methods. Measuring audiences, reactions and impact. London: SAGE Publications.
Guo, L. (2017). Exploring the link between community radio and the community: A study of audiencia participation in alternative media practices. Communication, Culture & Critique, 10, 112-130.
Gupta, A., & Ferguson, J. (2001). Culture, power and place: ethnography at the end of an Era. En A. Gupta & J. Ferguson (Eds.), Culture, power and place. Explorations in Critical Anthropology (pp. 1-29). Durham: Duke University Press.
Habermas, J. (1999 b). 2.4. La descentración de las imágenes del mundo (Piaget). Introducción provisional del concepto de mundo de la vida. In Teoría de la acción comunicativa, I. Racionalidad de la acción y racionalización social (pp. 99-110).
Hale, C. R. (2004). Rethinking indigenous politics in the Era of the "Indio permitido". NACLA Report on the Americas, Report on Race, Part I, 16-21.
Howard-Malverde, R. (1997). Introduction. Between text and context in the evocation of Culture. En R. Howard-Malverde (Ed.), Creating context in Andean Culture (pp. 3-18). New York: Oxford University Press.
Huesca, R. (1996). Participation for development in radio: An ethnography of the Reporteros populares of Bolivia. International Communication Gazette, 57, 29-52.
Humble, Á. M. (2009). Technique triangulation for validation in directed content analysis. International Journal of Qualitative Methods, 8(3), 34-51.
Hymes, D. (1995). The ethnography of speaking. En B. G. Blount (Ed.), Language, Culture, and Society. A book readings (pp. 248-282). Long Grove: Waveland Press.
Hymes, D. (1996). Ethnography, linguistics, narrative inequality. Toward an understanding of voice. Londres: Taylor & Francis.
Ibañez, J. (1990). Perspectivas de la investigación social. El diseño en la perspectiva estructural. En M. García, J. Ibáñez, & F. Alvira (Eds.), El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación (pp. 51 - 85). Madrid Alianza Editorial.
Jakobson, R. (1971). Selected writings II. Word and Language. La Haya: Mouton.
Jenkins, R. (2004). Social identity. New York: Routledge.
Kessel, J. V. (1974). El floreo en Lirima viejo (Provincia de Tarapacá, Chile). Revista Norte Grande, 1, 34-44.
Lacey, N. (2002). Media institutions and audiences. Key concepts in media studies. New York: Palgrave Macmillan.
Lahera, E. (2004). Política y políticas públicas. Santiago: CEPAL.
Lazarsfeld, P. F. (1947). Audience research in the movie field. The Annals of the American Academy of Political and Social Science, 254, 160-168.
Lazarsfeld, P. F. (1957). Public opinion and the classical tradition. The Public Opinion Quarterly, 21, 39-53.
Lazarsfeld, P. F., Bereslson, B., & Gaudet, M. (1962). El pueblo elige. Cómo decide el pueblo en una campaña electoral. Buenos Aires: Ediciones 3.
Lazarsfeld, P. F., & Merton, R. K. (1977). La comunicación de masas, gusto popular y acción social organizada. En H. Muraro (Ed.), La comunicación de masas (pp. 25-47). Buenos Aires: Centro Editor de América Latina.
Lazo, J. (2013). El tratamiento de la noticia en la prensa escrita de la XV región: representación de la mujer en el diario "La Estrella de Arica". (Tesis para optar al grado de Licenciada en Lenguaje y Comunicaciones), Universidad de Tarapacá, Arica.

Lupien, P., & Chiriboga, G. (2017). Use of information and communications technologies by indigenous civil organizations in Ecuador. Information, Communication & Society, 1-15. doi:10.1080/1369118X.2017.1397182
Marques de Melo, J. (s/f). Luiz Beltrão: Pioneiro dos estudos de Folk-Comunicação no Brasil. Visto en: http://www.bocc.ubi.pt/pag/melo-marques-LUIZ-BELTRAO.pdf
Martínez, G. (1976). El sistema de los Uywiris en Isluga (Vol. Publicación nº 1). Iquique, Chile: Centro Isluga de Investigaciones Andinas.
Martínez, G. (1989). Espacio y pensamiento. I Andes meridionales: Hisbol.
Massa, C. (2017). Memorias. Los años inolvidables de la radio en Arica. Arica: Lusevo Editorial.
McCombs, M. E., Shaw, D. L., & Weaver, D. H. (2014). New directions in agenda-setting theory and research. Mass Communication adn Society, 17, 781-802.
McLuhan, M. (1996). Comprender los medios de comunicación. La extensión del ser humano. Barcelona: Paidós.
Menéndez, E. (2006). Interculturalidad, "diferencias" y antropología at home. En G. Fernández (Ed.), Salud e interculturalidad en América Latina. Antropología de la salud y crítica intercultural (pp. 51-65). Quito: Ediciones Abya-Yala.
Merton, R. K. (1949). Patterns of influence. A study of interpersonal influence and communication behavior in a local community. En P. F. Lazarsfeld & F. N. Stanton (Eds.), Communication research (pp. 180-219). New York: Harper.
Mitchell, A. M. (1993). Voices in the Andes: the Churches`use of Radio in Ecuador. Edinburg: University of Edinburg.
Nash, J. (2003). Indigenous development alternatives. Urban Anthropology and Studies of Cultural Systems and World Economic Development, 32(1), 57-98.
Noriega, L. (2009). Aproximación a la representación de lo indígena según la prensa de Arica: hacia la construcción de un periodismo intercultural. (Tesis para optar al grado de Magíster en Ciencias de la Comunicación), Universidad de Tarapacá, Arica.
Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). Business model generation. Hoboken: John Willey & Sons.
Partridge, W. L., Uquillas, J. E., & John, K. (1996). Including the excluded. Ethnodevelopment in Latin America. Paper presented at the Annual World Bank Conference on Development in Latin America and the Caribbean, Junio 30 - Julio 2, Bogotá, Colombia.
Peña, J. (2006). Pandilla de jóvenes aymaras en la ciudad de Arica (1987-1991): los chaperones y los masas. (Seminario para optar al título de profesor de enseñanza media en Historia y Geografía), Universidad de Tarapacá, Arica.
Platt, T. (1975). Experiencia y experimentación. Los asentamientos andinos en las cabeceras del valle de Azapa. Chugara, Revista Chilena de Antropología, 5, 33-60.
Platt, T. (1997). The sound of light: emergent communication through Quechua shamanic dialogue. En R. Howard-Malverde (Ed.), Creating context in Andean Culture (pp. 196-226). New York: Oxford University Press.
Ramiro, H. (2014). Música Chicha. La música tropical andina en la ciudad de Cuzco. Cuzco: Ediciones Interculturalidad.org.
Rodríguez, C., & El Gazi, J. (2007). The poetics of indigenous radio in Colombia. Media, Culture & Society, 29, 449-468.
Ruz, R., Galdames, L. A., Meza, M., & Díaz, A. (2017). Caricaturas del Perú negro en magazines chilenos. Referentes inconográficos y alteridades (1902-1932). Chungara, Revista de Antropología Chilena, 49(3), 397-409.
Sabbatini, M., & Maciel, B. (2011). Usos da teoria da agenda-setting pelos pesquisadores da folkcomunicação: o estudo das lendas urbanas. En B. Maciel, J. M. de Melo, & M. É. d. O. Lima (Eds.), Território da Folkcomunicação (pp. 82-93). Natal: UFRN.
Sánchez, G. (2016). Modelo de agenda estratégica. Análisis de las actividades públicas de los gobernantes mexicanos. (Tesis para optar al grado de doctor), Universidad Complutense de Madrid, Instituto Universitario Ortega y Gasset, Madrid.
Saville-Troike, M. (2003). The ethnography of communication. An introduction. Malden: Blackwell Publishing.
Schramm, W. (1969). El desarrollo de las comunicaciones y el proceso de desarrollo. In L. W. Pye (Ed.), Evolución política y comunicación de masas (pp. 1-20). Buenos Aires: Troquel.
Skrla, L. (2007). Transcription. En G. Ritzer (Ed.), The Blackwell encyclopedia of Sociology (pp. 5044-5045). Malden: Blackwell Publishing.
Soruco, J. C. (1999). La incomunicación de los medios de comunicación. En X. Albó & R. Barrios (Eds.), Violencias encubiertas en Bolivia. Coca, vida cotidiana, Comunicación (pp. 193-276). La Paz: CIPCA - ARUWIYIRI.
Soza, A. M. (1987). El folclor narrativo del valle de Codpa. (Seminario para optar al título de profesor de Castellano), Universidad de Tarapacá, Arica.
Soza, A. M. (2004 [1995]). Narrativa oral valle de Codpa. Colaboración Dra. Miria Luque y Edith Soza Romero. Arica: s/r.
Soza, A. M., & Luque Arias, M. (1995). Narrativa oral Valle de Codpa. Retrieved from Arica:
Stephenson, M. (2002). Forging and indigenous counterpublic sphere: The Taller de Historia Oral Andina in Bolivia. Latin American Research Review, 37(2), 99-118.
SUBDERE. (2012). Estudio de comunidades aisladas en Chile. Santiago: Gobierno de Chile.
Taylor, Y. (2010). Complexities and complications: intersections of class and sexuality. In Y. Taylor, S. Hines, & M. E. Casey (Eds.), Theorizing intersectionality and sexuality. New York: Palgrave MacMillan.
Touraine, A. (1997). ¿Podremos vivir juntos? Iguales y diferentes. México D.F: Fondo de Cultura Económica.
Travancas, I. (2005). Fazendo etnografia no mundo da comunicação. En J. Duarte & A. Barros (Eds.), Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação (pp. 98-109): Editora ATLAS SA.
Trinidad, A., Carrero, V., & Soriano, R. M. (2006). Teoría fundamentada "Grounded Theory". La construcción de la teoría a través del análisis interpretacional (Vol. Nº 37). Madrid: CIS Centro de Investigaciones Sociológicas.
Tucker, J. (2011). Permitted indians and popular music in contemporary Peru: the poetics and politics of indigenous performativity. Ethnomusicology, 55(3), 387-413.
Uberlaker Andrade, L. (s/f). La voz de los Andes: Radio, misioneros evangélicos y el buen vecino en Ecuador (1933-1946). Visto en: http://cienciassociales.edu.uy/wp-content/uploads/sites/4/2015/02/UBELAKER-La-Voz-de-los-Andes-Ecuador-1933-1946.pdf
UNESCO. (2006). El pluralismo informativo. Visto en: http://www.unesco.org/bpi/pdf/memobpi46_mediapluralism_es.pdf
UNESCO. (2015). Background paper. Community radio. Sustainability, policies and funding. Visto en: http://www.unesco.org/fileadmin/MULTIMEDIA/HQ/CI/CI/pdf/Events/cms_sept15_background_paper_en.pdf
Urbano, H. (Ed.) (1992). Tradición y modernidad en los Andes. Cusco: Centro de Estudios Regionales Andinos Bartolomé de las Casas.

Urbano, H. (1992). Introducción. La tradición andina o el recuerdo del futuro. En H. Urbano (Ed.), Tradición y modernidad en los Andes (pp. VII). Cusco: Centro de Estudios Regionales Andinos Bartolomé de las Casas.
Vaismoradi, M., Turunen, H., & Bondas, T. (2013). Content analysis and thematic analysis: implications for conducting a qualitative descriptive study. Nursing & Health Sciences, 15, 398-405.
Van Dijk, T. A. (1984). Prejudice in discourse. An analysis of ethnic prejudice in cognition and conversation. Amsterdam: John Benjamins Publishing Company.
Vivanco, M. (2005). Muestreo estadístico. Diseño y aplicaciones. Santiago: Editorial Universitaria.
Vivanco, M. (2006). Diseño de muestras en investigación social. En M. Canales (Ed.), Metodologías de investigación social. Introducción a los oficios (pp. 141 - 167). Santiago: LOM Editores.
Viveiros de Castro, E. (1992). O campo na Selva, visto da praia. Estudos Históricos, 5(10).
Viveiros de Castro, E. (1998). Cosmological deixis and amerindian perspectivism The Journal of the Royal Anthropological Institute, 4(3), 469-488.
Viveiros de Castro, E. (2002). O nativo relativo. MANA, 8(1), 113-148.
Weber, M. (1971). Économie et société. 1. Les catégories de la sociologie. Paris: PLON.
Zárate, S. (2016). Pluralismo informativo Temas de Agenda Pública, Año 11(88), 3-11.

11. ANEXOS

11.1. CONSENTIMIENO INFORMADO APLICADO

Comisión Nacional de Investigación Científica y Tecnológica

Consentimiento Informado proyecto PLU160025 CIHDE-CONICYT

1. Usted ha sido invitado/a a participar en el proyecto PLU160025 "*Pluralismo informativo, discursos indígenas y etnicidades contemporáneas. El caso de la ciudad de Arica*", financiado por CONICYT a través del Concurso Fondo de Estudios sobre el Pluralismo en el Sistema Informativo Nacional, convocatoria 2016. El director de proyecto individualizado es el Mg. Cristhian Cerna, investigador del Centro de Investigaciones del Hombre en el Desierto, CIHDE, entidad científica regional, ubicada en General Velásquez # 1775, ciudad de Arica, tel. 9 78991728.

3. El objetivo de este estudio es: *Comprender los espacios de producción de agenda pública indígena en los medios radiales, a través de la caracterización de sus estrategias comunicativas y de contenido, sus discursos socioculturales y las dimensiones de etnicidad en la ciudad de Arica, considerando la inclusión del enfoque de género*. Para este efecto, estableciendo criterios de cobertura de los medios radiales alusivos al tema indígena, se realiza un *abordaje piloto a casos de emisoras y sus audiencias en la ciudad de Arica*.

4. De acuerdo con lo señalado, su participación es voluntaria, y la modalidad de ella en el estudio se materializa en la siguiente instancia: Registro y recopilación de información audio, visual y audiovisual.

5. En cada una de las modalidades de participación, se reconoce el tratamiento de información personal susceptible a la Ley Nº 19.628. Al respecto, se compromete el responsable de este estudio al aseguramiento del uso exclusivo de la información para los fines científicos, haciéndose responsable de la custodia de los datos de forma permanente, manteniéndolos su absoluta confidencialidad.

6. La confidencialidad de la información de las personas según la Ley señalada, y/o según la propia mención explícita de los participantes, se manifiesta en la codificación de los testimonios y de la documentación con que se cuente proveída por los informantes, desvinculando las mismas de su referencia original en cualquier formato de presentación de resultados, según que refiera a personas en particular.

7. Al decidir participar en este estudio, usted cuenta con derecho a retirarse en cualquier momento del mismo. De igual forma, es su derecho plantear las preguntas que estime convenientes, así como rechazar su participación en el estudio. También, tiene derecho a conocer los resultados obtenidos por el estudio, pudiendo solicitarlos explícitamente, de manera personal y/o representativa, al correo electrónico del responsable (ccerna@cihde.cl), quien le dispondrá del mismo en formato electrónico, o el que se estime conveniente.

8. Este documento se firma en dos ejemplares, quedando una copia en poder del participante y otro en el del responsable del estudio.

9. Estando de acuerdo con lo señalado, hace usted explícito consentimiento a participar del estudio según los criterios antes expuestos.

PARTICIPANTE

Nombre:
Localidad:
Radio referente:
Firma:

RESPONSABLE

Nombre: Cristhian Cerna
Profesión: Antropólogo Social
RUN: 16.225.045-0
Firma:

Fuente: elaboración propia

11.2. TEXTO PREVIO A LA PRODUCCIÓN DE INFORMACIÓN DE LA ENCUESTA

CIHDE
CENTRO de INVESTIGACIONES del HOMBRE en el DESIERTO

CIHDE Nº 126/2017.
ARICA, 3 de noviembre de 2017.

Estimado (a) señor (a):

Tengo el agrado de comunicarles que nos encontramos realizando una encuesta prospectiva sobre audiencia de radios locales en Arica y Parinacota, motivo por el cual solicitamos de su colaboración en el llenado de la encuesta que presentamos a continuación.

Para su conocimiento, esta actividad se desarrolla en el marco del proyecto **"Pluralismo informativo, discursos indígenas y etnicidades contemporáneas. El caso de la ciudad de Arica"**, Código PLU160025, adjudicado por el Centro de Investigaciones del Hombre en el Desierto (CIHDE) UTA-CONICYT, a través del Programa de Información Científica de CONICYT.

Como un insumo de dicho proyecto, se requiere información sobre el consumo medial en radios en Arica y Parinacota. Ello con el objeto de identificar, desde la perspectiva de los actores, su conducta y preferencias en radios locales de la región.

La encuesta adjunta es un instrumento diseñado para obtener información, la cual solicitamos a usted completar en calidad de audiencia de radios en Arica y Parinacota. Los datos serán de uso exclusivo para el análisis, presentándose la información de forma agregada e innominada (sin posibilidad de identificar a los participantes del estudio) y se utilizará sólo para efectos de caracterización. Al contestar la encuesta, usted declara estar de acuerdo con las condiciones de uso de la información.

Ante la eventualidad de requerir alguna aclaración respecto de la información solicitada, le pedimos contactarse directamente con los siguientes encargados:

- Cristhian Cerna Moscoso (ccerna@cihde.cl), Director del Proyecto
- Estefani Carrasco Rivera (comunicaciones@cihde.cl), Periodista
- Shirley Samit Oroz (shirleysamit@gmail.com), Historiadora

Agradeciendo desde ya su participación, le saluda cordialmente,

CENTRO DE INVESTIGACIONES DEL HOMBRE EN EL DESIERTO
DIRECTOR EJECUTIVO
CIHDE

ELÍAS LAFERTTE MONTOYA
DIRECTOR EJECUTIVO
CIHDE

cc.: - Archivo
- Correlativo

Av. General Velásquez N.° 1775
Edificio CIHDE, Piso 2
Fono (56-58) 2261371
coordinacion@cihde.cl
www.cihde.cl

Fuente: elaboración propia

11.3. INSTRUMENTO DE ENCUESTA (dimensiones/preguntas)

OBJETIVO		Describir aspectos básicos del comportamiento y preferencias de la audiencia radial en la comuna de Arica y pluralismo informativo indígena, para apoyar la toma de decisiones a nivel de radios.	
DIMENSIONES	**Nº**	**ÍTEM**	**OPCIONES**
1. COMPORTAMIENTO	**C1**	C1. En el día a día, ¿Cuál de los siguientes medios de comunicación usted utiliza preferentemente?	1) radios; 2) TV abierta; 3) TV digital o por cable; 4) medios de internet; 5) Diarios y/o prensa escrita
	C2	C2. Considerando las veces que ha escuchado radio, ¿En qué horario lo ha hecho, preferentemente?	1) En la mañana (de 6.00 am a 11.59 am); 2) En la tarde (de 12.00 pm a 8.59 pm); 3) En la noche (de 9.00 pm a 11.59 pm) 4) En el transnoche (12.00 am a 5.59 am)
	C3	Considerando su lugar habitual de residencia, ¿En qué comuna escucha radio?	1) Arica; 2) Camarones; 3) Putre; 4) General Lagos
	C4	¿En qué lugar oye o sigue generalmente la programación radial?	1) En mi casa; 2) En transporte público; 3) Vehículo propio; 4) En su lugar de trabajo
	C5	C5. ¿A través de qué aparato usted sigue la programación radial con más frecuencia?	1) A través de radio; 2) En el computador; 3) Desde celular o portátil; 4) otro
	C6	¿A través de qué soporte online o de internet usted sigue radios?	1) Página web de la radio 2) facebook 3)Twitter 4) Desde aplicaciones de celular u otro aparato móvil (Tablets, etc); 5) Otra página de radios en la WEB;) No aplica o no utiliza
2. PREFERENCIAS	**P1**	¿Cuál radio usted escucha en la Región de Arica y Parinacota?	1) Radio Andina 2) Radio Frecuencia Tropical 3) Radio Puerta Norte 4) Radio ASOAGRO 5) Radio Cappissima multimedial 6) Radio Neura 7) Tu Radio 8) Radio Proclamación 9) Radio FM OKEY 10) Radio Montecarlo 11) Radio Primavera 12) Radio Pukara FM 13) Radio Universidad de Tarapacá 14) FM Más 15) Radio Visviri (Comuna de General Lagos) 16) Radio Pintatani (Comuna de Camarones) 17) Radio Parinacota (Comuna de Putre) 18) Otra radio regional 19) Otra radio nacional 20) Otra radio Internacional
	P2	¿Por qué razón usted prefiere la radio que ha priorizado?	1) le informa; 2) le recrea; 3) Ambos (le recrea y le informa a la vez)
	P3	P3. Considerando una escala de menos a más, ¿Usted cree que los asuntos sobre pueblos originarios o indígenas son abordados en la radio que usted más escucha?	1) Nada abordados ; 2) Poco aborados ; 3) Satisfactoriamente abordados; 4) Muy satisfactoriamente abordados;
	P4	P4. Considerando una escala de menos a más, ¿Usted cree que en las radios de Arica y Parinacota hay suficientes espacios de promoción de temas de pueblos originarios o indígenas?	1) No hay suficientes espacios; 2) Hay pocos espacios; 3) Hay suficientes espacios; 4) Hay más que suficientes espacios;
3. DEMOGRÁFICO	**D1**	¿Cuál es su edad?	Años cumplidos
	D2	¿Cuál es su género?	1) masculino; 2) femenino; 3) otro
	D3	¿Cuál es su nivel educacional alcanzado?	1) Ed. Básica incompleta; 2) Ed. Básica; 3) Ed. Media; 4) Educación técnica profesional superior; 5). Ed. Universitaria; 6) Postgrado
	D4	D4. ¿Pertenece usted a algún pueblo originario o tribal?	a) Aymara b) Rapa-Nui c) Quechua d) Mapuche e) Atacameño f) Collas g) Kawashkar o Alacalufes h) Yámana o Yagán i) Diaguita j) No pertenece a algún pueblo originario o tribal k) Afrodescendiente
	D5	D5. ¿Cuál es la comuna en la que reside habitualmente?	1) Arica (ciudad de Arica); 2 Arica (rural); 3) Camarones; 4) Putre; 5) General Lagos
	D6	¿Cuál es su nacionalidad?	1) chilena; 2) peruana; 3) boliviana; 4) colombiana; 5) otra

Fuente: elaboración propia